

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012:

¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

Autores: Gabriela Martínez Bello¹,

María de Jesús Ofelia Tobón Ramírez² y

Jorge Alberto Vidal Urrutia³.

Introducción

La reforma electoral de 2007 tuvo como una de sus causas disminuir la polarización en la sociedad a consecuencia de las “campañas negras” por parte de los partidos políticos. La reforma trata de evitar dichas campañas entre partidos y candidatos contribuyendo a un mejor ejercicio democrático, fomentando el debate de propuestas e intercambio de información sin ataques personales ni descalificaciones que impactan directamente en la psicología del ciudadano y generan una percepción sesgada del partido o candidato.

La implementación de la reforma electoral de 2007 en las elecciones recientes trajo consigo “espacios” en la interpretación de adjetivos que obstaculizan una buena ejecución de los lineamientos con lo que se refiere a “campañas negras”.

El debate sobre el uso de las “campañas negras” resurge en el proceso electoral del 2012 cuando el Partido Acción Nacional presenta ante el Instituto Federal Electoral una serie de spots donde en uno de ellos se llama “mentiroso” al candidato de la coalición Compromiso por México Enrique Peña Nieto, se aprueba la transmisión de dicho spot lo que origina que el Partido Revolucionario Institucional ponga una queja ante el IFE mismo que lo turna a la Comisión de Denuncias y Quejas. Después de debatir sobre el tema la resolución fue dejar al aire el spot con una votación de 2 a 1,

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

quienes votaron a favor fueron los consejeros Benito Nacif y Alfredo Figueroa y quien votó en contra fue el consejero Sergio García Ramírez.

La discusión central de mantener el spot al aire no es favorecer o no a un candidato en esta elección sino que el permitir el uso de adjetivos, descalificaciones y calumnias abre la puerta para que en elecciones futuras se puedan realizar el mismo tipo de campañas “sucias” lo que sería un retroceso puesto que el contenido no es de propuesta sino de ataque con lo que no se estaría cumpliendo el propósito de la reforma de 2007.

La resolución de mantener o no un spot de televisión al aire no era el punto central de la problemática a la cual se enfrentaron los consejeros, ya que el problema son espacios subjetivos que se encuentran dentro de la reforma electoral y que no fueron debidamente anticipados al escribir la reforma.

Por tal motivo el planteamiento la propuesta es que el incluir una definición clara de lo que se considera “campaña negra/sucia”, así como la delimitación de los conceptos calumnia e intriga dentro de la reforma electoral ayudaría a reducir el margen de interpretación de los adjetivos, con lo cual se contribuiría a la reducción de los ataques que no es posible determinar que tanto son ofensivos o no como en el caso presentado. Si bien, el plantear conceptos claros permite reducir la interpretación, también favorece al ciudadano, ya que si la intención de la reforma electoral con respecto a las campañas negras era reducir los ataques para evitar que el electorado se viera afectado, también se puede impulsar las campañas positivas o proactivas en las cuales se presenten propuestas, y este sea el impulso que ayude al ciudadano a decidir.

La intención no es prohibir las campañas negras, es sean más claros los lineamientos planteados en la reforma electoral esto con el fin de que todos sean beneficiados, y no se caiga en tecnicismos a futuro.

La propuesta es incluir una definición clara de lo que se considera “campaña negra/sucia”, calumnia e intriga con la finalidad de reducir el margen de la interpretación de estos adjetivos, esto además contribuiría a realizar campañas con menos ataques y más debate e información, con ello también se fomentaría en el ciudadano el valorar más aspectos positivos que negativos durante una campaña.

Qué son las elecciones

Las elecciones son el fenómeno político más reiterado en la vida democrática de los estados, (Nohlen: 1995) La democracia, sólo funciona cuando hay un consenso suficientemente amplio sobre la mayoría de los objetivos nacionales. Por lo tanto, cuando las elecciones conducen a un cambio en la composición de los gobiernos parece que éste es más de personas que de medidas.

A pesar de que las elecciones se consideran hitos históricos en la mayoría de las naciones, explica Héctor Zamitiz en este que podemos considerar un "ABC" de las urnas, muy pocos acontecimientos están realmente asociados a un cambio producido por el voto.

Sin embargo, aunque las elecciones deciden menos de lo que supone la mayoría de la gente, tienen la virtud de dar vida y flexibilizar al sistema político.

El concepto de elecciones, nos indica David Butler en la versión española de la Enciclopedia de las instituciones políticas dirigida por Vernon Bogdanor, viene del verbo latino *eligere*. Es un procedimiento con normas reconocidas donde toda la población, o parte de ésta, elige a una o varias personas para ocupar un cargo. En casi todas las sociedades existe alguna forma de elección de líderes o delegados o representantes, aunque el sistema de votación, el alcance del sufragio y la limpieza del proceso difieran mucho.

Podemos decir que desde el siglo XVIII los gobiernos han buscado la legitimidad de un amplio respaldo popular y los ciudadanos han buscado hacer oír su voz en la elección del gobierno. Por ello, una elección organizada requiere la definición precisa de quien tendrá derecho a voto, tanto más cuanto que muchas de las primeras batallas para instaurar la democracia se libraron por la extensión del derecho al sufragio. En México, podemos afirmar que el sufragio significa el momento fundamental de participación política de nuestra democracia moderna,; no queremos decir que con esto se resumen la participación política ciudadana, se puede ejercer esta cuando estamos afiliados a un partido político, aun gremio sindical, pero en el proceso electoral, diría Woldenberg, especialmente en el momento del sufragio, convoca a una gran cantidad de

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

ciudadanos, la mayoría de los cuales lo aborda como su única forma de participación política, (Woldenberg: 2006, 32)

Ahora bien, esta concesión del sufragio universal no ha garantizado su pleno ejercicio. Los electores pueden estar ausentes, o pueden no votar premeditadamente o por negligencia; pero también puede ocurrir que no figuren en un censo electoral. Por ello, una lista exacta de los votantes con derecho a voto es casi un requisito necesario de una elección limpia.

Durante los últimos cincuenta años del siglo pasado se extendió la democracia como forma de gobierno mundial y desde entonces el sufragio como forma de participación ha sido un importante factor en el desarrollo de las elecciones libres. Si el voto es realmente secreto, no existe ninguna garantía de que los votantes comprados o intimidados elijan la opción prevista.

Aunque las elecciones satisfagan todas las condiciones formales de secreto, auténtica posibilidad de elegir y limpieza, no dejan de estar sometidas a críticas. Casualidades como el estado de ánimo en un día determinado, incluso el tiempo atmosférico, pueden decidir quién gobernará un país por el tiempo que dure un periodo de gobierno. El conocimiento que poseen los votantes de los problemas y las personalidades en juego es en México limitado. No obstante, a falta de una alternativa mejor, las elecciones generales se aceptan como la piedra angular de la democracia.

Actualmente, la minoría de votantes fluctuantes que deciden el destino de la nación no son necesariamente los más preparados intelectualmente o los críticos más racionales de los programas rivales.

Sin embargo, en la mayoría de los países se ha observado una tendencia hacia el incremento de la volatilidad electoral, con más votantes que cambian de partido como respuesta a los argumentos o a los acontecimientos.

Es por ello que las elecciones obligan a los contendientes a cumplir el trámite de defender la gestión realizada y sus futuras promesas, presentándose como guardianes plausibles del interés público. "El resultado electoral puede estar desfigurado por la demagogia del viejo estilo o por nuevos y caros vendedores expertos en las técnicas publicitarias y las relaciones públicas. Pero en último término, la elección debe

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

resolverse en el enfrentamiento entre conocidas figuras públicas, cuyas declaraciones electorales están refrenadas por la tradición de los partidos, las presiones para que presenten una imagen coherente a largo plazo y por el conocimiento de que las artimañas pueden ser contraproducentes" (Butler, 1991, p. 257).

La llegada de las encuestas y el acceso a datos proporcionados por los sondeos de opinión han transformado las ideas sobre las elecciones; empero, constituyen una herramienta ampliamente utilizada por los estrategas de los partidos y por la nueva profesión de consultores para determinar las formas más efectivas para estudiar el comportamiento del electorado.

Pero, ¿qué deciden las elecciones? Hay razones para sentir escepticismo sobre su impacto real: la democracia sólo funciona cuando hay un consenso suficientemente amplio sobre la mayoría de los objetivos nacionales. Por lo tanto, cuando las elecciones conducen a un cambio en la composición de los gobiernos con frecuencia parece que el cambio es más de personas que de medidas.

Desde este punto de vista, dice Rodrigo Borja en su libro Derecho político y constitucional, "elegir es una función pública porque implica la ejecución de un acto de interés general, que es determinar la integración del gobierno del Estado. Consecuentemente, en este sentido, el elector es un funcionario público que desempeña la tarea de seleccionar a las personas que deben ejercer los cargos políticos de naturaleza electiva, y en el desempeño de su función está obligado a reflejar la voluntad general de su esfera social" (Borja, 1991, p. 223).

A) Elecciones directas y elecciones indirectas.

Las elecciones directas o de primer grado son aquellas en las cuales los electores participan de un modo inmediato en la designación de los funcionarios electivos, y elecciones indirectas (o de segundo o más grados) a aquellas donde los votantes designan un cuerpo electoral restringido, el mismo que se encarga de elegir a los funcionarios electivos en una segunda elección o de segundo grado. En la votación directa, o de primer grado, el sufragante elige por sí mismo al candidato; en la votación indirecta o de segundo grado, sufraga por una lista de electores quienes a su vez eligen definitivamente a los candidatos.

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

Los partidarios de la elección directa sostienen que la votación indirecta no refleja fielmente la voluntad del electorado, aparte de que no alcanza uno de los principales objetivos de las elecciones libres: promover un sentido de consentimiento general y de participación en las tareas de gobierno. Los defensores del método indirecto, por su parte, señalan que reduciendo el número de electores mediante votaciones escalonadas cada vez menos amplias, se obtiene un mejor criterio selector y un mayor grado de reflexión en la designación de los funcionarios públicos.

Lo cierto es que el advenimiento de las masas al escenario político y la universalización del sufragio han reclamado el sistema electoral directo, en el cual los gobernados seleccionan libremente a los gobernantes. Esta tendencia ha coincidido también con el fortalecimiento conceptual y práctico de la democracia, cuya definición más sencilla, según Maurice Duverger, es el régimen en el cual los gobernantes son escogidos por los gobernados por medio de elecciones libres.

Pero no es menos cierto que si de un lado, se ha señalado una tendencia hacia las elecciones directas como método para aproximar a electores y elegidos, de otro, el desarrollo de los partidos políticos ha mediatizado en la práctica las relaciones entre estos dos elementos de la elección, pues antes de ser seleccionados por sus electores, los candidatos han sido escogidos por los partidos en un preescrutinio interior, de modo que el derecho electoral de los ciudadanos queda reducido a la ratificación de las candidaturas exhibidas por los grupos políticos organizados.

Se han interpuesto así, entre electores y elegidos, los partidos políticos, cuyo desarrollo ha modificado notablemente no sólo el hecho de la elección, sino también la teoría de la representación política, ya que hay que admitir que el elegido recibe un doble mandato: del partido y sus electores.

B) Elecciones universales y elecciones restringidas.

Según la amplitud con la que se concede el derecho al voto, se distinguen elecciones universales y restringidas. Las primeras confieren derechos electorales a un amplio sector del pueblo, con la exigencia del menor número posible de condiciones para el ejercicio del sufragio. Las segundas son aquellas en las cuales el derecho

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

electoral se limita a unos grupos sociales, sea que éstos estén nominalmente enumerados, sea que tal exclusividad derive de las condiciones exigidas.

Las elecciones restringidas y las universales representan dos momentos diferentes en el curso histórico de la idea democrática. Las primeras están ligadas a la etapa donde la intervención política se encuentra reservada a las clases dirigentes, casi diríamos a las élites sociales. Las segundas, en cambio, corresponden a la entrada de las multitudes al escenario político y son resultado de las profundas conmociones sociales de este siglo.

No debemos olvidar que una de las características más importantes de la época actual es la irrupción de las muchedumbres al campo de la política y la creciente injerencia de ellas en la gestión de los negocios públicos. El sufragio universal tiene este nombre por oposición al sufragio calificado, es el derecho político que se acuerda a los individuos en general, excluido todo privilegio o ventaja provenientes del nacimiento, fortuna, capacidad intelectual, profesión, etcétera.

Sin embargo, la universalidad del sufragio tiene que ser entendida en términos relativos, dado que en rigor no hay ni puede haber sufragio verdaderamente universal, o sea comprensivo del todo social. Lo que hay es sufragio de un cuerpo electoral amplio, pero en todo caso limitado por la exigencia de ciertas condiciones inexcusables para el cumplimiento eficiente de la acción política reflexiva que el sufragio requiere.

Son cuatro según Borja los requisitos generales que comúnmente se exigen al elector en el sufragio universal: nacionalidad, edad, sanidad mental e idoneidad moral. Estos requisitos, que implican otras tantas presunciones de aptitud para la emisión del voto, no alteran la universalidad del sufragio -por más que lo limitan en su extensión- y están destinados a garantizar un mínimo de capacidad intelectual y moral de los electores.

Campaña Política

Se afirma que en las democracias incipientes las campañas políticas, definidas como tradicionales, se caracterizan por sus falta de especialización política de sus dirigentes, el poco conocimiento de la política y la usencia de estrategia de organización.(Sánchez Galicia: 2010, 21)

Estas campañas tradicionales, son centradas en la imagen de los candidatos y la movilización del electorado de manera casi clientelar, que poco a poco por la intromisión de estrategias de comunicación política han ido cambiando, y lo cual puede indicar que las campañas actualmente y sobre todo son campañas de comunicación en medios masivos.

Hoy en día se escucha con frecuencia la expresión campaña permanente y esta es la que se define como hacer uso de los recursos de la oficina, por parte de los individuos u organizaciones electas, gobiernos, gobiernos electos, partidos en el Gobierno o cualquier otro representante, para construir y mantener el apoyo popular. A decir de Dick Morris, la campaña permanente es una necesidad de mantener una mayoría de forma cotidiana, ya que un político no solo necesita de los electores para ganar una campaña política sino también para gobernar. Si el gobernante no hace este cálculo de manera se afirma irremediamente caerá en las preferencias.

El Sufragio y su Función Electoral

La participación de los ciudadanos y la sociedad de dos maneras en las tareas oficiales del Estado democrático-representativo: mediante lo que se afirma como una acción política difusa, que se lleva a cabo a través de la opinión pública, de los partidos políticos y de los grupos de presión, y mediante la acción política concreta, que se realiza por medio de las diferentes formas de votación.

El sufragio se traduce como la intervención directa del ciudadano, o de un amplio sector de él, en la creación de normas jurídicas, en su aprobación o en la designación de los titulares de los órganos estatales. Por consiguiente, el sufragio se resuelve siempre en una acción política concreta que tiene por finalidad coadyuvar en la creación del orden jurídico del Estado mediante la presentación de proyectos de ley en democracias consolidadas (iniciativa popular), aprobar o desaprobar un acto legislativo

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

el cual sería en la forma de referéndum, sancionar un acto o una medida del Ejecutivo en su forma de plebiscito, y designar a los titulares de los órganos electivos del Estado (función electoral).

La función del sistema electoral, es decir, la función de elegir gobernantes, es una forma de acción política concreta del pueblo que consiste en expresar por medio del voto su voluntad acerca de quienes deben integrar los órganos representativos del Estado.

Reforma Electoral Constitucional y Legal 2007-2008

El proceso electoral del 2006 trajo consigo un importante reto para el Instituto Electoral Federal (IFE), debido a que hasta ahora han sido las elecciones más competidas de nuestra historia y con esto provocando que se pusiera en evidencia la ley electoral con la que se estaba trabajando, así como todo el sistema electoral mexicano, fue una de la razones principales para realizar cambios significativos en la reforma electoral, como también en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).

Los retos que se debían de superar con la nueva reforma eran desde la primera perspectiva un poco simple, ya que durante la elección se pudieron denotar que el principal factor era con respecto a los medios electrónicos de comunicación, esto desde dos vertientes por un lado regular los tiempos para cada partido incluyendo la restricción en la compra de los espacios, así como la fiscalización de ese tiempo; la idea principal era que al regular los tiempos que se destinarían a cada partido se podrían reducir los costos en cuanto a las campañas, también se impondrían multas y quedaría prohibido la compra de espacios en medios por parte de terceros a algún candidato o partido, de esta manera también estarían incurriendo en un delito los concesionarios o permisionarios de radio y televisión que vendan estos espacios, la prohibición se extiende a cualquier persona física o mora, donde se incluye candidatos o precandidatos a cargos de elección popular, dirigentes y afiliados de un partido político, así como ciudadanos en general.

Queda entonces prohibido a los concesionarios o permisionarios de radio y televisión vender espacios o publicidad a favor o en contra de un partido político o candidato. Estas prohibiciones se hacen efectivas a través de un régimen de responsabilidades y sanciones que incluye a los partidos

políticos, funcionarios públicos, ciudadanos, asociaciones religiosas, concesionarios o permisionarios de radio y televisión, y a cualquier persona física o moral que contravenga las nuevas reglas de difusión de propaganda político electoral (IFE: 2008).

Entre los aspectos que también hay que resaltar de la reforma electoral, haciendo un poco a un lado lo concerniente a los medios, es en cuestión a que se creó un Contraloría General esto con la finalidad de hacer mas transparente el manejo de los recursos designados para el IFE y para los partidos, que a su vez se creó una unidad de fiscalización especial para el manejo de los recursos de los partidos políticos, estas nuevas estructuras que se implementaron fue con la intención de darle certeza a la ciudadanía que los recursos que se estaban invirtiendo eran auditables y había un control. Por otra parte uno de los temas que también causo mucha controversia en la elección del 2006 fue el recuento de los votos, de tal motivo que se incluyó en el nuevo Cofipe, un apartado donde se establece el recuento total de los votos en la totalidad de las casillas cuando la diferencia sea igual o menor a un punto porcentual entre los candidatos que hayan obtenido el primer y segundo lugar de la votación, sólo cuando él representante de partido del segundo lugar lo haga de manera expresa antes del cómputo, esta labor esta contemplada a realizarse en los Consejos distritales, ya que antes no era posible realizar un procedimiento en este sentido.

El apartado del nuevo COFIPE se incluye la oportunidad de que los partido, precandidatos y candidatos tenga la oportunidad de ejercer el derecho de réplica, cuando crean que la información que se ha presentado en los medios ha sido errónea, esta oportunidad que se presenta por parte de los actores políticos es en primera instancia un paso importante para establecer la apertura de los medios y sobre todo que el ciudadano tenga la información lo más fiable posible y de tal manera que la reforma impulsa la oportunidad de que los medios no incurran en actos donde favorezcan a uno u otro candidatos mediante la presentación de información falsa, errónea, etc. Aunque el derecho de réplica se tenía ya contemplado en el COFIPE antes del cambio, la diferencia radical es que ahora los medios tienen la obligación de presentar si existieron errores en la información que presentaron y debido a que se puede infraccionar si se realiza alguna edición o manipulación a la información que se presenta, ahora si es posible aplicar el derecho de réplica.

Para cerrar la parte de infracciones que corresponden al área de radio y Televisión es necesario puntualizar que las sanciones son a partir de que los concesionarios no

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

pueden manipular la información que presentan, no pueden vender tiempo de transmisión ni difundir propaganda en favor de algún candidato o partido sea gratuito o pagado. Lo interesante de estas infracciones que se impusieron a los medios de comunicación es que está prohibido difundir propaganda política, pero esta sección no fue más allá de la propaganda de estrictamente electoral, y por lo tanto quedo un poco corta la propaganda antes de los tiempos electorales que esta disfrazada como noticias o reportajes, y que por lo tanto no puede ser sancionado el medio; mientras que por otra instancia no puede usar el espacio en medios aun cuando no sea referente para cuestiones electorales, lo que significa que durante el tiempo electoral el candidato tendrá estrictamente prohibido usar los espacios en medios y por lo tanto los medios también tienen prohibido vender o regalar estos espacios de lo contrario incurrían en un delito, por lo tanto serían sancionados.

Serán infracciones de los concesionarios o permisionarios de radio y T.V.:

- Vender tiempo de transmisión, en cualquier modalidad de programación, a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular;
- Difundir propaganda política o electoral, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al IFE;
- Incumplir, sin causa justificada, su obligación de transmitir los mensajes y programas de los partidos políticos y de las autoridades electorales, conforme a las pautas aprobadas por el IFE;
- Manipular o superponer la propaganda electoral o los programas de los partidos políticos con el fin de alterar o distorsionar su sentido original, de denigrar a las instituciones, a los propios partidos, o calumniar a los candidatos (IFE: 2008).

Texto anterior	Texto vigente
No tiene antecedente	COFIPE, artículo 350

Ahora bien para poder hacer cumplir las solicitudes presentadas en materia de quejas y denuncias, el nuevo COFIPE también contempla una nueva disposición con la cual tendrá que presentarse ante las instancias competentes la solicitud en tiempo y forma, ya que con la nueva ley, los tiempos de resolución son en corto tiempo, evitando que el trámite sea largo y tedioso, pero sobretodo buscando que el que sea menos afectado sea el electorado.

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

Cuando la conducta infractora se relacione con propaganda política o electoral en radio y T.V. durante los procesos electorales de las entidades federativas, la autoridad electoral administrativa competente presentará la denuncia ante el IFE. Los procedimientos relacionados con la difusión de propaganda que denigre o calumnie sólo podrán iniciar a instancia (solicitud) de parte afectada (íbidem).

Texto anterior	Texto vigente
No tiene antecedente	COFIPE, artículo 368.1 y 2

Otro aspecto ha de resaltar de la reforma electoral es con respecto a las nuevas facultades que se le proporcionaron al instituto para sancionar, suspender y realizar el retiro de propaganda electoral en radio y televisión que rompa lo los lineamientos establecidos, esta facultad que es imputada al Instituto esta encabezada por el Consejo General (CG) que a través de la Comisión de Quejas y Denuncias posee las atribuciones de realizar estas acciones; la finalidad es que el órgano electoral pueda determinar que se puede y que no presentar ante los ciudadanos se presenta como una oportunidad por parte del Instituto de darle control a las campañas y así evitar que se incurran en actos que puedan afectar la percepción del ciudadano hacia un partido u candidato, la característica principal y con lo cual se estaría dando un importante énfasis en su ejecución es que el retiro de la propaganda sería inmediata, debido a que mientras más tiempo se encuentre recibiendo los mensajes presentados, podría estar asumiendo una postura la cual podría cambiar o no su opinión del partido y/o candidato.

- El CG, a propuesta motivada y fundada de la Comisión de Quejas y Denuncias, podrá ordenar la suspensión inmediata de cualquier propaganda política o electoral en radio o televisión que sea violatoria al COFIPE, sin perjuicio de las sanciones adicionales que deban aplicarse a los infractores.

TEXTO ANTERIOR	TEXTO VIGENTE
No tiene antecedente	Constitución, artículo 41, Base III, Apartado D
No tiene antecedente	COFIPE, artículo 52

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

A lo largo de la revisión de la reforma electoral hay aspectos que es interesante resaltar y que se han puntualizando hasta ahora, pero nuestra intención es poner un énfasis en un cambio que se realizó con respecto a la normativa del retiro de propaganda electoral que calumnie o denigre a las instituciones o candidatos, esto debido a que los cambio que se realizaron por una instancia fueron de absoluta prohibición, así como el retiro inmediato una vez realizada la queja pertinente, y mientras que por otro lado se abstuvieron de incluir otros adjetivos que se encontraban en el COFIPE antes del 2007, entonces estaríamos ante un poco de contradicción ya que si la idea era la prohibición de las campañas negras y que se evitara el uso de calificativos que afectaran la percepción del electorado, se debieron mantener todas las prerrogativas que estaban antes del cambio de reforma del 2007.

**CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS
ELECTORALES**

Nuevo Código publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 de
agosto de 1990

TEXTO VIGENTE

Última reforma publicada DOF 24-04-2006

Artículo 38

1. Son obligaciones de los partidos políticos nacionales:

p) Abstenerse de cualquier expresión que implique diatriba, calumnia, infamia, injuria, difamación o que denigre a los ciudadanos, a las instituciones públicas o a otros partidos políticos y sus candidatos, particularmente durante las campañas electorales y en la propaganda política que se utilice durante las mismas;

Artículo 186

2. Los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos que realicen propaganda electoral a través de la radio y la televisión deberán evitar en ella cualquier ofensa, difamación o calumnia que denigre a candidatos, partidos políticos, instituciones y terceros (COFIPE:2006).

Continuando con el cambio al nuevo COFIPE esta es expresamente prohibido el uso de las campañas negras, todo esto con el fin de evitar una polarización como lo fue en el 2006, ahora bien, si revisamos que en el COFIPE del 2006 el tono de los artículos era más en un aspecto de *evitar* no de prohibir esto daba una mayor libertad tanto a los partidos y candidatos de expresarse libremente en un contienda electoral y así jugar su juego como lo es un campaña. Ahora bien la intención del IFE es lograr que las elecciones se presenten en una contienda equitativa en tiempo en medios electrónicos, que los candidatos eviten el uso de difamaciones para que los ciudadanos presten atención a las propuestas y no a las ofensas que se pueden crear entre ellos. El problema radica en que a pesar de la prohibición del uso de campañas negras el Código aún no fue muy claro con respecto a determinar que se refiere por calumnia o denigrar, es muy específico con respecto a que no se pueden hacer estas acusaciones ni a los candidatos ni a las instituciones, a pesar de imponer una serie de candados y determinar la necesidad de suspender los spots que violaran el reglamento, aún quedan aspectos que no se pudieron definir simplemente por la normativa del Código, ya que debe intervenir directamente una comisión dictaminadora en la cual asuman una postura, así pues, la reforma impulsa una nueva época electoral pero con baches aún por tapar.

El conflicto

El debate sobre las llamadas “campañas negras” o “sucias” revive en la contienda por la presidencia en 2012 cuando comienzan a transmitirse spots de televisión en contra del candidato del PRI, Enrique Peña Nieto y donde se le califica de “mentiroso”, específicamente en un spot donde se “demuestran” dos compromisos no cumplidos del candidato del PRI cuando fue gobernador del Estado de México y por el que su partido a través de su representante ante el IFE, Sebastián Lerdo de Tejada, puso una queja para que dichos spots salieran del aire y se sancionara al PAN por ser sus candidatos a diputados federales y senadores los que “firman” ya que están incumpliendo la Constitución y el COFIPE.

Lo escrito en la Carta Magna, artículo 41, apartado C, dice que “la propaganda política o electoral que difundan los partidos deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas.” Y también constituye una falta que deberá sancionarse según el artículo 342 del COFIPE que dice que los partidos políticos serán sujetos de sanción cuando difundan “propaganda política o electoral que contenga expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas”.

Tomando como base el marco legal anterior el PRI presentó su queja pues al llamar “mentiroso” a su candidato lo están calumniando pero los consejeros del IFE decidieron dejar el spot al aire abriendo así el debate sobre las campañas “negras” y todo lo que alrededor de ellas existe. En el debate que sostuvieron los consejeros del IFE surgieron dos vertientes, la que estaba a favor y la que estaba en contra, a continuación se analizan los principales argumentos de ambas partes.⁴

La comisión de quejas y denuncias está integrada por tres consejeros, dos votaron a favor de declarar improcedente las medidas cautelares (suspender los spots mientras el consejo general da un pronunciamiento final) y uno en contra por lo que el spot siguió al aire y salió hasta que se presentó un nuevo bloque de spots.

Comenzaremos el debate con los consejeros respondiendo a la pregunta **¿qué entendemos o cómo interpretamos el término calumnia?** Para Nacif calumnia

significa según el código penal “la falsa imputación de un delito” y para el consejero Francisco Guerrero⁵ es algo que afecta directamente al honor de una persona y el código penal señala que la calumnia implica una mentira dolosa. Ahora bien, estrictamente ambos tienen razón por lo que saber el concepto claramente no ayuda en mucho pues puede ser utilizado para ambos argumentos.

Para Nacif la palabra que usa el PAN (mentiroso) en el spot no entra dentro de esta definición sino es una *crítica dura* y debe ser tolerada por los partidos en una campaña; para Guerrero sí es una calumnia y recordó que en el 2006 cuando Roberto Madrazo utilizó la misma palabra (mentiroso) refiriéndose a Andrés Manuel López Obrador, el tribunal prohibió dicho spot, el consejero no cree que esto contribuya a un debate informado y positivo porque el llamarle a alguien mentiroso es “ofenderlo, denostarlo” y por tanto atentar contra su honor y además significaría el tener las pruebas de dicho delito.

Las campañas según el COFIPE son “el conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto” (fracción 1, art. 228, 2012) para esto utilizan propaganda electoral que se define así:

“conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas” (COFIPE: 2012)

dentro de esta propaganda entran los spots de radio y televisión, no hay restricciones para la publicidad al menos que “contenga expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas” (fracción 1, art. 342, COFIPE, 2012) como ya hemos revisado esta restricción se encuentra tanto en el COFIPE como en la constitución y fue el argumento central para debatir si debía permitirse llamar “mentiroso” al candidato del PRI y también fue el argumento principal para la queja que interpuso este partido político ante la comisión de quejas y denuncias del IFE.

Según lo anteriormente expuesto sobre la reforma de 2007 se entiende que fue creada para evitar lo que la campaña sucia de 2006 generó: una fuerte polarización del país y un gran encono entre ciudadanos. Cinco años después el consejero Nacif dice que la reforma del 2007 se está mal interpretando porque desde ese año el IFE en elecciones

locales ha permitido este tipo de campañas o guerra sucia, lo que hace la reforma es “liberalizar el contenido de la propaganda política”, de las seis causas que había antes del 2007 para bajar un spot del aire se redujeron a dos: la denigración de las instituciones y la calumnia de las personas. Es decir, la discusión que se abre es ¿cuál es la esencia de la reforma del 2007, limitar o liberalizar? Lo que nos lleva a cuestionar **¿qué papel debe tener el IFE en las campañas?** El consejero Nacif apostó por una autoridad limitada que “debe dejar que las discusiones que pueden ser relevantes para que el ciudadano reciba información y tome finalmente la decisión de por quién votar” permanezcan al aire y lleguen a los ciudadanos argumentando que este tipo de información genera debate y ese debate es evaluado por los ciudadanos. Debe defenderse sobre todas las cosas la libertad de expresión y si el spot “no incurría expresamente, de forma clara, inequívoca y contundente en una violación a la ley” entonces el adjetivo mentiroso no está violando la ley porque no es una calumnia ya que no cumple con los requisitos del derecho civil. Dice Nacif: “La crítica dura, hiriente, incómoda debe estar protegida” porque “impone un nivel de tolerancia”.

En cambio, para el consejero Guerrero es importante vigilar lo que corresponde al honor de las personas pues principalmente los políticos son quienes viven y se sostienen de ello.

Ahora bien, finalmente la campaña terminó, las elecciones se llevaron a cabo, hay un ganador y por ahora el *calor* del ambiente político y las campañas ha bajado pero en las siguientes campañas locales y federales seguramente volverá por lo que hay que resolver **¿qué consecuencias tiene para las campañas y para el proceso electoral utilizar términos de guerra sucia?** Para el consejero Nacif “no se abre la puerta a la guerra sucia, sino el debate libre y desinhibido” y el papel de IFE es sólo aplicar la ley y defender la libertad de expresión, por lo tanto no certifica el contenido de los comerciales ni los descalifica sólo cumple con dar voz a las campañas.

Guerrero argumenta que “en un debate desinhibido y fuerte no es necesario” adjetivar de esa manera pues permite expresiones similares posteriores. Es interesante la postura del consejero puesto que se refiere no sólo al caso específico de este spot y de esta campaña sino de eventos futuros y permitir este tipo de expresiones así como dejar ese spot al aire es “una invitación a seguir por esa ruta”, está a favor del debate, de la crítica, del intercambio de cifras, etc. Pero no de utilizar ese tipo de argumentos y calificativos pues este tipo de argumentos provocan un descenso en el “debate democrático” y derivan en campañas de odio.

Nacif dice que en las campañas la gente “está en condiciones de reaccionar racionalmente, críticamente y tiene otras fuentes de información” además el “afectado” tiene la oportunidad de replicar.

Luego de que la queja sea discutida en la comisión, pasa al consejo general quien da una resolución y se pronunciará en el fondo de la discusión y si esta no convence al quejoso puede apelar las medidas cautelares ante el tribunal. La cuestión es que esta resolución final sentará precedente para futuros eventos parecidos.

Análisis y Conclusión

Para no perder el hilo contestaremos a las mismas preguntas que debatieron los consejeros.

Respecto a la primera pregunta consideramos que el calificativo *mentiroso* sí es una calumnia porque independientemente de que cumpla o no con los requisitos del código civil es un calificativo que ofende y denosta el honor de una persona; por otra parte, es necesario delimitar no bien, no adecuadamente sino exactamente qué es una calumnia en una campaña, quizá pueda tomarse la definición del código civil pero habría que adecuarla a la reglamentación electoral para que no de lugar a dudas y tanto los partidos como el propio IFE tenga bien claro qué es permitido o no.

En cuanto al segundo cuestionamiento que va relacionado con lo anterior debido a lo expuesto sobre la reforma electoral de 2007 concluimos que la esencia de esta reforma fue evitar las campañas “de odio o sucias” no por defender el honor de las instituciones o personas sino para evitar el ambiente postelectoral que dividió al país y provocó crisis en el sistema político afectando la legitimidad no sólo de quien ganó sino de las instituciones. No fue como dice el consejero Nacif, “liberalizadora” por dejar solo dos de los seis criterios que existían para prohibir un spot, pero tampoco “limitadora” como dice el consejero Guerrero porque si bien el mismo COFIPE dice que no hay limite para las ideas, sí hace la restricción de siempre y cuando no “denigre a las instituciones o las personas” por lo tanto ni es una ley electoral que defienda al cien por ciento la libertad de expresión ni es una ley que ponga restricciones claras en ese sentido, lo que nos hace pensar que la ley electoral en esa materia quedó exactamente igual a la anterior y es igual de ineficaz porque no concuerda con la realidad.

El IFE no tiene atribuciones para modificar el contenido de un spot, sólo hasta que se presente una queja se toma la decisión de quitarlo o no. Si el IFE modifica un

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

spot está coartando la libertad de expresión, su deber en palabras de Nacif no es evaluar el contenido de los spots sino sólo garantizar que lleguen a la ciudadanía. Y preguntamos entonces ¿quién evalúa el contenido de los spots? ¿Para qué hay una restricción que prohíbe denigrar y calumniar si nadie va a evaluar si eso sucede o no?

Lo correcto sería que si hasta ahora los partidos políticos han demostrado que no pueden hacer una campaña sin recurrir a este tipo de descalificaciones, haya una comisión en el IFE que evalúe el contenido de los spots, esta comisión puede ser temporal y no incurrir en un límite a la libertad de expresión pues no modificará o moldeará el spot a su modo solamente se encargará de no permitir que haya este u otro tipo de calificativos o expresiones que afecten a instituciones o personas, obligando a los partidos a exponer su misma idea pero sin utilizar expresamente esos calificativos. Por ejemplo, en el caso del spot mencionado contra Peña Nieto, bien podría haber expuesto que: “el candidato del PRI cuando fue gobernador del Estado de México hizo equis numero de compromisos, te invitamos a revisar si los cumplió y qué calificación tendría”. Este mensaje tiene el mismo contenido pero ni está afirmando que los cumplió ni esta negando que lo hizo por lo que tampoco merma la libertad de expresión, así deja a la sociedad el cuestionamiento.

El ultimo cuestionamiento es lo referente a las consecuencias de las “campañas sucias”, se debe dejar de pensar en una ley que sea sólo un parche o una solución tardía a problemas electorales, si bien es cierto que una democracia está continuamente en construcción no debe caerse en el simplismo de ir corrigiendo bajo la marcha, sino tener visión a futuro.

Una de las consecuencias de las “campañas sucias” es lo ya dicho: polarización social, ingobernabilidad, merma en la legitimidad, etc. Pero consideramos que la consecuencia más importante es sin duda en la cultura política porque el permitir este tipo de campañas en primer lugar como bien decía el consejero Guerrero, no contribuyen a un debate democrático e informado, si los ciudadanos lo único que vemos en las campañas es ataques y descalificaciones, lo único que vamos a aprender a evaluar es quién ataca y descalifica mejor o quién se defiende mejor de los ataques. Solamente basta contar ¿cuántos de los spots de la campaña pasada fueron cien por ciento de propuestas? Y ¿cuántos descalificaban o denigraban a una institución o persona? La respuesta es obvia, o basta ver los verdaderos ganadores en un debate, que no son por

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

supuesto las propuestas ni argumentos sino las edecanes, lo que se gastó en la organización, la vestimenta de los candidatos, el formato, etc. En cambio si los spots fueran sólo de propuestas, la sociedad poco a poco se acostumbraría a evaluar eso, propuestas.

Quizá esa es una parte del problema, que le toca resolver a las instituciones solamente pero la otra parte de la realidad es que no tenemos una ciudadanía que realmente sepa o tenga conciencia de lo que es una campaña y cuáles son los fines de la misma, un ciudadano desafortunadamente no se ocupa en hacer como dice el consejero Nacif una evaluación racional de cada spot y de cada propuesta, está demostrado que los spots tienen un alto grado de influencia sobre la sociedad, el ciudadano tampoco se ocupa de buscar más información de la que le brindan los spots sobre un candidato o un partido político. Nuestra sociedad es una sociedad que asume los comerciales tal como los ve, por ejemplo: en el spot que discutimos, los que no son priistas (o tienen rechazo al PRI) asumen como cierto el *mote* puesto al candidato Peña pero los que son priistas lo niegan absolutamente, lo cierto es que ni afines ni contrarios hacen una evaluación racional sino emocional. No es tarea de esta ponencia discutir qué parte de la responsabilidad es de las instituciones y qué del ciudadano, lo cierto es que ambos tenemos que contribuir a una mejor democracia y elevar el nivel de las campañas.

Por último y quizá la propuesta más polémica es que nos quedan dos caminos: el primero es que si nuestra sociedad no ha aprendido a ser más racional y a evaluar propuestas e información es necesario tener una ley que sea más limitante que liberalizadora y en la medida que instituciones y ciudadanos aprendamos a debatir y contrastar propuestas se quiten las restricciones, ¿esto tiene un costo? Sí, probablemente en una medida pequeña limitar la libertad de expresión sólo en lo que se refiere a qué términos utilizar y cuáles no; el segundo es quitar de la ley la contradicción de que no hay límite en las ideas para las campañas pero siempre y cuando no denigren y calumnien a las instituciones, había que defender cien por ciento la libertad de expresión en las campañas y aceptar la “crítica dura” de unos contra otros, ¿esto tiene un costo? Sí, que esta libertad de expresión y las críticas duras polaricen al país y afecten por días, meses o años la legitimidad y la gobernabilidad del país además de que los ciudadanos o aprendamos a evaluar al mejor atacante o defensor o a encontrar dentro de las “críticas duras” las propuestas y las evaluemos.

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

Ambas decisiones tienen un costo, lo cierto es que cualquiera que sea hay que elegir uno pero no podemos seguir con una ley electoral y una institución electoral que permanezca en un punto medio porque eso no permite avanzar hacia una democracia mejor y hacia una cultura política más participativa.

BIBLIOGRAFÍA

David Butler, "Elecciones", en Vernon Bogdanor (ed.), *Enciclopedia de las instituciones políticas*, Madrid, Alianza Editorial, 1991.

Rodrigo Borja, *Derecho político y constitucional*, México, Fondo de Cultura Económica, 1991.

Robert E. Dowse y John A. Hughes, *Sociología política*, Madrid, Alianza Editorial, 1993.

Guy Hermet, Alain Rouquié y Juan J. Linz, *¿Para qué sirven las elecciones?*, México, Fondo de Cultura Económica 1986.

Dieter Nohlen, *Sistemas electorales y partidos políticos*, México, Fondo de Cultura Económica, 1994.

Woldenberg, José. *Para entender los partidos políticos y las elecciones de los estados Unidos Mexicanos*. México, Fondo de Cultura económica, 2006.

Bibliografía:

Análisis comparativo de la reforma electoral constitucional y legal 2007-2008. Documento de difusión con fines informativos. (2008) [Internet] Disponible en: <<http://pdba.georgetown.edu/Electoral/Mexico/analisiscomparativo.pdf>> [Acceso el 13 de septiembre de 2012].

CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES. (2006) [Internet] Disponible en: <http://www.normateca.gob.mx/Archivos/34_D_921_26-04-2006.pdf> [Acceso el 20 de septiembre de 2012]

Análisis comparativo de la reforma electoral constitucional y legal 2007-2008. Documento de difusión con fines informativos. (2008) [Internet] Disponible en: <http://www.ife.org.mx/documentos/Reforma_Electoral/docs/AC_RefElect0708.p> [Acceso el 3 de septiembre de 2012].

La campaña del PAN en el proceso electoral de 2012: ¿Crítica dura o retroceso en la democracia?

Es la hora de opinar. ¿Campaña negativa o crítica dura? (2012) [Internet] Disponible en: <http://tvolucion.esmas.com/foro-tv/es-la-hora-de-opinar/169910/campana-negativa-o-dura-critica-1/> [Acceso el 5 de agosto de 2012].

Es la hora de opinar. ¿Campaña negativa o crítica dura? (2012) [Internet] Disponible en: <http://tvolucion.esmas.com/foro-tv/es-la-hora-de-opinar/169911/campana-negativa-o-dura-critica-2/> [Acceso el 5 de agosto de 2012].