

Propaganda político-electoral y derechos de las niñas y los niños

Rafael Caballero Álvarez¹

1. Introducción

En México, tanto el financiamiento público como el acceso a los medios de comunicación masiva para todos los partidos políticos significaron dos elementos que favorecieron la competencia electoral y la apertura democrática. Sin embargo, en la medida en que tales fenómenos se presentaron fue necesario establecer reglas más intrincadas para evitar que la competencia se desbordara y se convirtiera en un despropósito para el régimen democrático que se buscaba fincar y para la gobernabilidad del país. Así, desde 1990 y hasta 2014 se han llevado a cabo distintas reformas en materia electoral para afinar las reglas del sistema de competencia política en función de cada contexto.

Considerando que durante las últimas décadas se han incrementado las condiciones de competencia real, hablando concretamente del acceso a la radio y la televisión, ha sido necesario establecer todo un andamiaje institucional para administrar los tiempos —e incluso regular los contenidos— de que disponen los partidos políticos y candidatos en el espacio radioeléctrico. En ese sentido, a la luz de las experiencias dejadas por la elección federal para renovar el Poder Ejecutivo de 2006, se edificó lo que se ha dado por llamar el modelo de comunicación política, entendido como el conjunto de reglas en materia de propaganda política, electoral y gubernamental, aunque la reforma de 2014 le imprimió algunos matices.

Este esquema regulatorio ha debido enfrentar los embates de una tendencia que parece ser global en términos de “comercialización” de la política, en donde las propuestas y las candidaturas se publicitan como si fueran productos de consumo, tratando de convencer a los electores como si se tratara de potenciales clientes. Ello ha llevado a que la propaganda se guíe cada vez más por las reglas del marketing y, en ese sentido, a que se recurra a estrategias publicitarias que se llevan al límite de la regulación o que en ocasiones lo sobrepasan.

Esta ponencia versará sobre la discusión de dos casos en particular que, a partir de estos antecedentes, han incluido la participación de niños y niñas en la propaganda político-electoral como un factor de innovación, pero sin que se haya reparado demasiado en cuestiones como el bien superior de la infancia, el derecho a la participación infantil, la formación ciudadana de las nuevas generaciones o la construcción de estereotipos de niñas y niños como un factor que los coloca en situación de vulnerabilidad. Los casos a que se hace referencia son los promocionales de “la niña Mariana” del Partido de la Revolución Democrática (PRD) difundidos en 2009 y un par de spots que formaban parte de la propaganda de Carlos Joaquín, candidato coalicionista a la gubernatura de Quintana Roo en el año 2016, estos últimos controvertidos ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) y que tuvieron como consecuencia, entre otras cosas, que esta instancia

¹ Sociólogo por la UNAM y maestro en Derechos Humanos y Democracia por la FLACSO-México. Profesor-investigador en el Centro de Capacitación Judicial Electoral del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. rafael.caballero@te.gob.mx

ordenara al Instituto Nacional Electoral (INE) la elaboración de unos lineamientos que regularan la participación de niñas y niños en la propaganda política.

2. Spots de *Suki Mariana* en 2009

Desde principios del año 2009, en el contexto de las precampañas correspondientes al proceso electoral federal de ese año para renovar la Cámara de Diputados, el PRD emprendió una campaña publicitaria en televisión que tenía como protagonista a una pequeña niña de siete años con una actitud afable y desinhibida. Tal estrategia en medios resultó aparentemente exitosa para el PRD, pues, de acuerdo con ciertas estimaciones, estos mensajes permitieron al partido reposicionarse en las preferencias de la gente entre ocho y nueve puntos².

La niña pronto alcanzó popularidad representando al personaje de *Mariana*, quien en los spots de esta campaña solía acompañar al entonces presidente nacional del PRD, Jesús Ortega, con quien sostenía un breve diálogo en cada caso, en el que a veces se incluía a otros integrantes de la familia ficticia de *Mariana*. Sólo para ilustrar, a continuación se reproducen los guiones de los spots pautados por el entonces Instituto Federal Electoral (IFE) con las claves: RV00557-09, RV00558-09 y RV00559-09.

Tabla 1. Diálogos de tres spots de la campaña del PRD en 2009

RV00557-09	RV00558-09	RV00559-09
<ul style="list-style-type: none"> - <i>Mariana</i>: Tengamos una plática de adultos. - <i>Jesús Ortega</i>: Sale. - <i>Mariana</i>: ¿Es mucho pedir que los niños vayan todos los días a la escuela? - <i>Jesús Ortega</i>: No. - <i>Mariana</i>: ¿Es mucho pedir que todos tengan servicio médico gratis? - <i>Jesús Ortega</i>: No, porque es un derecho. La salud, la vivienda y el trabajo. Y por eso, los candidatos del PRD van a trabajar intensamente durante la próxima campaña. 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Jesús Ortega</i>: Le salió muy rico el pastel eh, de verdad. - <i>Mamá de Mariana</i>: Gracias, yo lo hice. Me junté con unas amigas y pusimos una tiendita, y ya hasta RFC tenemos. - <i>Mariana</i>: ¡Y se venden muchos! - <i>Jesús Ortega</i>: Consumir lo hecho en México protege empleos, y empresas como la suya aún más. Los candidatos del PRD lo saben y van a apoyarla. - <i>Mariana</i>: Y así sí ¡gana la gente! 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Jesús Ortega</i>: Buenos días. - <i>Papá de Mariana</i>: Hola. Mi esposa se fue a su negocio... y aquí estamos. - <i>Mariana</i>: Él no trabajó hoy. - <i>Papá de Mariana</i>: Ya comenzaron los recortes de horario en la fábrica. Tengo miedo de perder el empleo y el seguro social. - <i>Jesús Ortega</i>: Por eso los candidatos del PRD proponen que se garantice la atención médica hasta por doce

² En una nota periodística, Alejandro Páez (2009), señala que luego que el PRD “se involucró en una guerra fratricida de un año, con una lluvia de descalificaciones por todos lados que lo llevó a niveles de nueve y 10% entre la población (...) Con “Mariana” el PRD logró un rostro amable que logró enterrar en gran medida esa etapa del sol azteca y lo llevó a un crecimiento sostenido en las encuestas hasta posicionarlo en sus niveles históricos del 18 ó 19 % según las encuestas externas e internas del partido”.

RV00557-09	RV00558-09	RV00559-09
		<p>meses a todas y todos quienes hayan perdido su empleo por efecto de la crisis.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Mariana</i>: ¡Así sí, gana la gente! - <i>Papá de Mariana</i>: ¡Así sí! - <i>Jesús Ortega</i>: Así sí gana la gente.

Elaboración propia

La escenificación en los tres casos se desarrolla en lo que representa ser una vivienda de interés social, por las dimensiones que se aprecian, y que sugieren ser el hogar de la familia de *Mariana*. En el primer spot Jesús Ortega y *Mariana* tienen su conversación en el comedor, mientras que en los otros dos casos la plática tiene lugar en la cocina; cuando participa la mamá, ella sostiene un pastel y *Mariana* usa un sombrero de repostería, mientras que cuando interviene el papá, el dirigente partidista los saluda mientras padre e hija lavan los trastes. Respecto a este último, vale la pena recordar que alude a las consecuencias de la recesión económica mundial de 2008 y 2009.

Asuka Matsushima es el verdadero nombre de *Mariana*, quien logró gran notoriedad con esta campaña, gracias a la cual sus compañeros de escuela la identificaban con familiaridad, refiriéndose a ella como *Suki Mariana* (Proceso 2009). La experiencia favoreció el interés que aparentemente *Suki* tenía por convertirse en actriz, dado que tomaba clases de piano y otros instrumentos, además de canto, baile y actuación; de hecho, en ese contexto era aspirante a ingresar al Centro de Educación Artística de la empresa Televisa (Páez 2009). Los candidatos del PRD incluso buscaban la forma de llevarla a sus eventos de campaña, aunque al parecer la dirigencia del partido procuró ser sigilosa respecto a la empresa de publicidad con la que había contratado la campaña, quizás para proteger a la niña, algo que al final resultó sumamente atinado, ya que, aun cuando pareciera que los mensajes que protagonizó dejaba satisfechos a los militantes y simpatizantes del partido, lo cierto es que también se observaron condenables conductas de animadversión hacia ella.

Aparentemente las apariciones de *Mariana* en televisión resultaron “chocantes” para algunas personas, aunque las expresiones para manifestarlo desnudaron una vez más la arraigada intolerancia que permea a buena parte de la sociedad mexicana. Estas manifestaciones tuvieron lugar principalmente en redes sociales, las nuevas plazas públicas, ahora virtuales, en donde todo mundo es libre de opinar sobre cualquier cosa sin considerar ningún tipo de medida y donde la reputación de cualquier persona puede quedar hecha añicos en cuestión de minutos. En el caso de *Suki Mariana*, ser protagonista de la campaña de un partido político le valió ser objeto de una anti-campaña de odio, principalmente en Facebook.

En esta red la cuenta: “Yo odio a la niña del PRD” logró agrupar a más de 154,000 usuarios (Reséndiz 2009) y mediante ligas electrónicas a la página de YouTube se podía acceder a varios “anticomerciales” de *Mariana* en los que se parodiaban los mensajes originales.

Además, existían más de nueve blogs en el mismo sentido, no tan numerosos, pero sí con una notable cantidad de usuarios: “odio a Mariana, la niña del PRD” contaba con 678 miembros; “odio a muerte a la niña estúpida del PRD” con 178 integrantes; “yo también odio a la niña del PRD”, 53; “Yo también odio a la niña babosa del PRD” 2,364 integrantes (Reséndiz 2009).

Algunos comentarios censuraban la participación de una niña en la estrategia publicitaria del PRD, pero la mayoría se centraban en convertir a Mariana en objeto de burla, de escarnio, de discriminación y de odio. Algunas de las expresiones que por sí solas describen estas actitudes son las siguientes:

- “A huevo alguien tiene que denunciar la mongolia perredista de este país primero te caga de risa pero para el segundo comercial ya te da asco para el tercer comercial te da coraje y pal resto da hueva”.
- “Mugre niña mátenla”.
- “todos odiamos a los orientales y ahora más con esta mocosa”.
- “describe perfecto a su partido, nacos y feos” (Reséndiz 2009).

La secretaria de comunicación política y propaganda del PRD condenó las campañas de odio y reconoció que en ellas era posible que hubiera participación de una minoría al interior del propio partido, opositora a la dirigencia nacional, además de señalar que la imagen que se quería proyectar con *Mariana* era la de “honestidad, transparencia, renovación y propuestas claras a favor de la gente”, que nunca se tuvo la intención de poner en riesgo a nadie y que no consideraba que el partido estuviese lucrando con la imagen de una niña (Reséndiz 2009). Algo que también destacó es el hecho de que *Mariana* era solamente un personaje que, una vez pasadas las elecciones, seguiría su propio rumbo, lo cual finalmente ocurrió, siendo quizás Asuka Matsushima la más beneficiada de ello.

3. Spots en la campaña de Carlos Joaquín en Quintana Roo 2016

El otro caso que se desea abordar en esta ponencia se da en el contexto de las elecciones locales del año 2016, específicamente en las campañas para la elección de gobernador de Quintana Roo. Ello, debido a que Carlos Joaquín González, candidato de la Coalición Quintana Roo UNE (Una Nueva Esperanza), conformada por los partidos Acción Nacional (PAN) y de la Revolución Democrática, utilizó imágenes de niños en un cameo dentro de dos de sus spots de campaña.

La denuncia original fue formulada por el Partido Movimiento Ciudadano (MC) con un propósito diferente, ya que en los spots aludidos no se señalaba el nombre ni el logo de la coalición que postulaba al candidato, ni tampoco conjuntamente de los partidos que la conformaban, lo que podría generar, en opinión del partido político actor, un voto desinformado y no razonado. Las imágenes con que cerraba cada promocional, pautados por separado por el PRD y el PAN, señalaban, igualmente por separado, los logos de cada partido, así como el nombre del candidato y que se trataba de una candidatura de coalición, como se muestra a continuación:

Imagen 1. Cierre de los spots de campaña de Carlos Joaquín controvertidos en el SRE-PSC-32/2016



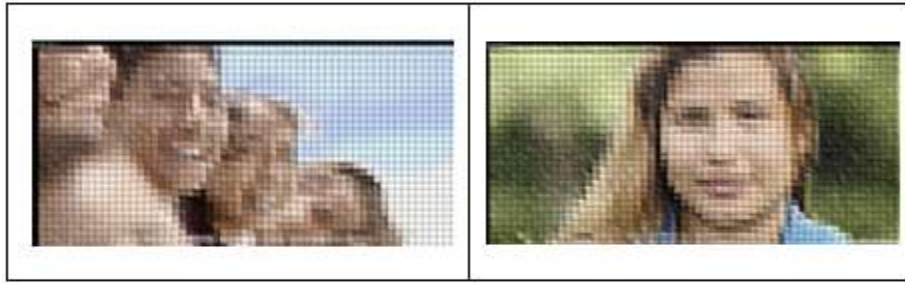
Fuente: SRE-PSC-32/2016

El asunto fue resuelto por la Sala Regional Especializada del TEPJF en el juicio SRE-PSC-32/2016, instancia que estimó que no se actualizaba ninguna conducta infractora, ya que “tratándose de la prerrogativa de acceso a radio y televisión, el artículo 167, fracción 2, inciso b), de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales establece, expresamente, que tratándose de coaliciones, como en el caso, cada partido coaligado accederá a su respectiva prerrogativa en radio y televisión ejerciendo sus derechos por separado” y que “la ausencia sobre la alusión al nombre de la coalición, o de los partidos que la integran, es un requisito no previsto normativamente, por la nueva dinámica legal de este tipo de participación política” (SRE-PSC-32/2016).

En lo que aquí interesa, vale la pena señalar que, aun cuando no se relacionaba con la Litis del asunto, la Sala Regional Especializada llevó a cabo una verificación de oficio sobre contenidos de los promocionales en televisión en el marco de un nuevo paradigma de derechos humanos, para lo cual implementó un método orientado a verificar la posible existencia de alguna situación de vulnerabilidad respecto a los derechos de personas con discapacidad auditiva y por la participación de niñas y niños en los promocionales. Sobre el primer tema, corroboró que los mensajes incluyeran subtítulos para facilitar la transmisión de los mensajes a las personas con discapacidad auditiva y únicamente solicitó que el audio íntegro tuviera subtítulos, pero por lo que toca al segundo aspecto, el estudio fue más profundo y los alcances de la ejecutoria más trascendentales.

Del análisis de contenidos realizado por la Sala Regional Especializada se advirtió que en los promocionales aparecían tres rostros que, según su fisonomía, podían pertenecer a menores de edad, por lo que dicha Sala consideró que tenía la obligación de velar por el debido respeto y vigilancia de sus derechos humanos.

Imagen 2. Imágenes en los spots de campaña de Carlos Joaquín en los que se aprecia la participación de menores de edad



Fuente: SRE-PSC-32/2016

En su resolución, la Sala Regional Especializada ordenó al INE que verificara, en primer lugar, la edad de las personas aludidas y que, en caso de que se tratara de menores de 18 años, se asegurase de que existiese consentimiento firmado por parte de los padres o de quienes ejercieran la patria potestad de los menores involucrados, así como de “las manifestaciones de los niños y niñas en cuanto hace a su opinión libre y expresa respecto a su participación en los promocionales electorales, las cuales debieron valorarse en atención a su edad, desarrollo evolutivo, cognoscitivo y madurez” (SRE-PSC-32/2016). La sentencia señalaba que tanto los consentimientos como las manifestaciones respectivas debían estar ratificados ante la Oficialía Electoral del INE o bien ante fedatario público, con el propósito de que se tuviera constancia de su autenticidad. Adicionalmente, ordenó al mismo Instituto implementar un método que permitiera verificar la posible existencia de una situación de vulnerabilidad de menores de edad. Como consecuencia de esto, se vio modificado el acuerdo INE/ACRT/13/2016, en el que, entre otras cosas, se incorporaron los requisitos sobre autorización y consentimiento planteados en la sentencia.

La resolución, así como el acuerdo en cita, fueron controvertidos ante la Sala Superior mediante el juicio SUP-REP-60/2016 (interpuesto por el PRD) y sus acumulados SUP-RAP-221/2016 (promovido por los partidos políticos Nueva Alianza, Encuentro Social, de la Revolución Democrática y del Trabajo) y SUP-RAP-222/2016 (interpuesto por el PAN). Concretamente en lo que respecta al SUP-REP-60/2016, el partido actor argumentaba que la Sala Regional Especializada se apartaba en su sentencia de la legalidad, toda vez que abordaba cuestiones ajenas a la Litis, al pronunciarse sobre derechos fundamentales de la niñez, lo cual derivó en la imposición de obligaciones no previstas en la ley electoral tanto para la autoridad administrativa como para los partidos políticos.

En lo que aquí interesa de la sentencia, es necesario advertir que la Sala Superior hizo una amplia valoración acerca de los derechos de las niñas y los niños y sobre el principio de bien superior de la infancia, a la luz de los contenidos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, la Convención Americana sobre Derechos Humanos, la Convención sobre los Derechos del Niño y la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes. A partir de ello, la Sala Superior estimó que la Regional Especializada de ningún modo se había extralimitado en sus funciones al juzgar sobre un aspecto que no se relacionaba con la Litis, ya que ésta fue resuelta puntualmente, además de

que dicha instancia actuó con apego a este bloque de convencionalidad para valorar el contenido de los promocionales con una perspectiva de derechos humanos. Aun así, la Sala Superior ordenó modificar nuevamente el acuerdo INE/ACRT/13/2016 del Comité de Radio y Televisión del INE a efecto de dejar sin efecto las modificaciones derivadas de la sentencia de la Sala Regional Especializada, pero no por apartarse de la perspectiva de ésta sobre la valoración del contenido en relación con los derechos de la niñez, sino por considerar que, precisamente, al estar involucrados derechos, no podían ser tratados como aspectos técnicos, sino sustantivos. En razón de ello, se vinculó al INE para que, una vez concluidos los procesos electorales locales entonces en marcha, emitiese “los lineamientos, acuerdos o reglamentos que estime conducentes, con el propósito de regular de manera integradora, a través de medidas idóneas y eficaces los requisitos que debe cumplir la propaganda política electoral de cualquier índole, cuando se estime necesario proteger el interés superior del menor y de personas en situación de vulnerabilidad” (SUP-REP-60/2016).

4. Participación infantil versus involucramiento inducido

Los dos casos descritos dan pauta para una reflexión anunciada desde la introducción: la pertinencia o no, de involucrar a niñas, niños y adolescentes en el ámbito de la política, en este caso, mediante su participación en propaganda de tipo electoral. Para ello, esta sección se divide en cuatro apartados, a saber: formación ciudadana, participación infantil, involucramiento inducido de niñas, niños y adolescentes en la propaganda política, y consecuencias de este método de inclusión.

Formación ciudadana

Aun cuando la democracia es en estricto sentido una forma de gobierno, desde una óptica más contemporánea podría concebirse también como un sistema de organización social, de lo contrario no podrían explicarse conceptos como: calidad de la democracia, democracia sustantiva, democracia participativa, democracia social, cultura política, valores de la democracia y formación ciudadana, entre otros. Es decir, las democracias modernas están llamadas a trascender el plano instrumental para la elección de representantes a efecto de que las sociedades se alleguen de elementos que les permitan conducir su vida cotidiana de manera armónica, en el entendido de que tales sociedades actuales son sumamente heterogéneas y, en muchos casos, notablemente desiguales. A diferencia de como ocurría en las sociedades griegas donde la ciudadanía era compacta y homogénea, en la actualidad la ciudadanía es numerosa y plural, lo que de suyo impone retos a la democracia formal, con mayor razón a la sustantiva.

La democracia entonces no debe ser confundida con la felicidad, puesto que de hecho implica diversidad, disenso, conflicto constante, competencia. Lo importante estriba en encontrar fórmulas para hacer manejable esa tensión inherente a la democracia: diálogo; respeto a la diferencia, a las minorías y a la regla de la mayoría; manejo y resolución pacífica de los conflictos, etcétera.

Pero tales herramientas no se dotan a la ciudadanía como si fueran un añadido al grado de eficiencia del sistema electoral, es necesario construirlas. Es decir que el hecho de que un sistema de elecciones funcione mediana o sumamente bien no significa que se esté frente a

una auténtica democracia, ya que ésta no se reduce a hacer un encargo perentorio mediante el voto, sino que demanda que se acompañe el ejercicio del poder mediante el escrutinio de las acciones de gobierno y del desempeño de los representantes. Para hacerlo se requiere de un mayor involucramiento de la población, de una ciudadanía activa. En consecuencia, las democracias modernas requieren de ciudadanos y no solamente de electores.

Así, resulta fundamental detonar esfuerzos de pedagogía social encaminados a formar ciudadanos mediante la socialización de códigos de interpretación que tengan como fundamento valores, conocimientos y principios específicos que colaboren a determinar la forma en que se relacionan los ciudadanos entre sí y con sus gobernantes y representantes (Caballero 2016, 135). Tales procesos formativos ciertamente pueden estar enfocados en los electores para fortalecer la ciudadanía que ejercen, pero resulta igual o tal vez más importante comenzarlos con bastante antelación a la adquisición de la categoría jurídica de ciudadanía, es decir, antes de alcanzar la mayoría de edad. Por ello, alentar en niñas, niños y adolescentes el desarrollo de habilidades, prácticas y actitudes propicias para una vida democrática es una condición *sine qua non* en esta encomienda.

Participación infantil

Sin lugar a dudas, un aspecto que inevitablemente debe ser considerado en los procesos de formación ciudadana es el de la participación infantil. No es posible concebir una ciudadanía activa si desde la edad temprana no se fomenta el involucramiento de los sujetos en los asuntos que les afectan en lo individual o como parte de un colectivo. En este sentido, resulta alentador saber que desde hace varias décadas en los instrumentos internacionales de derechos humanos se consagraron bienes jurídicos tutelados a favor de niñas, niños y adolescentes cuyo ejercicio posibilita la participación, principalmente en la Convención sobre los Derechos del Niño de 1989. Pero es todavía más promisorio el hecho de que, para el caso de México, la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes (LGDNNA) de 2014 establece de manera explícita el derecho a la participación. En ese sentido, el artículo 6 indica que uno de los principios rectores de la misma ley es el de la participación, mientras que el artículo 13 a la letra dice: “Para efectos de la presente Ley son derechos de niñas, niños y adolescentes, de manera enunciativa más no limitativa, los siguientes: (...) XV. Derecho de participación; XVI. Derecho de asociación y reunión”. En la misma porción normativa, las fracciones XI, XIII y XIV consagran, respectivamente, los derechos a la educación; a la libertad de convicciones éticas, pensamiento, conciencia, religión y cultura; y a la libertad de expresión y de acceso a la información, los cuales se relacionan directamente con la participación.

Otros contenidos que merece la pena destacar de esta ley consisten en lo siguiente:

- Las autoridades federales, de las entidades federativas, municipales y de las demarcaciones territoriales del Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias garantizarán la consecución de una educación de calidad y la igualdad sustantiva en el acceso y permanencia en la misma, para lo cual deberán: (...) Establecer mecanismos para la expresión y participación de niñas, niños y adolescentes, conforme a su edad, desarrollo evolutivo, cognoscitivo y madurez que

permita atender y tomar en cuenta sus intereses y preocupaciones en materia educativa (artículo 57, párrafo tercero, fracción XV);

- La educación, además de lo dispuesto en las disposiciones aplicables, tendrá los siguientes fines: (...) Inculcar a niñas, niños y adolescentes sentimientos de identidad y pertenencia a su escuela, comunidad y nación, así como su participación activa en el proceso educativo y actividades cívicas en términos de las disposiciones aplicables (artículo 58, fracción III);
- Niñas, niños y adolescentes tienen derecho a ser escuchados y tomados en cuenta en los asuntos de su interés, conforme a su edad, desarrollo evolutivo, cognoscitivo y madurez (artículo 71).
- Las autoridades federales, de las entidades federativas, municipales y de las demarcaciones territoriales del Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, están obligados a disponer e implementar los mecanismos que garanticen la participación permanente y activa de niñas, niños y adolescentes en las decisiones que se toman en los ámbitos familiar, escolar, social, comunitario o cualquier otro en el que se desarrollen (artículo 72).
- Niñas, niños y adolescentes también tienen derecho a que las diferentes instancias gubernamentales, en los tres órdenes de gobierno, les informen de qué manera su opinión ha sido valorada y tomada en cuenta su solicitud (artículo 74).
- Niñas, niños y adolescentes tienen derecho a asociarse y reunirse, sin más limitaciones que las establecidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Quienes ejerzan la patria potestad, tutela o guarda y custodia representarán a niñas, niños y adolescentes para el ejercicio del derecho de asociación, cuando ello sea necesario para satisfacer las formalidades que establezcan las disposiciones aplicables (artículo 75).

- Los servicios que presten los centros de asistencia social estarán orientados a brindar, en cumplimiento a sus derechos: (...) Espacios de participación para expresar libremente sus ideas y opiniones sobre los asuntos que les atañen y que dichas opiniones sean tomadas en cuenta (artículo 109, segundo párrafo, fracción IX).
- Corresponden a las autoridades federales y locales de manera concurrente, las atribuciones siguientes: (...) Disponer e implementar los mecanismos que garanticen la participación permanente y activa de niñas, niños y adolescentes en las decisiones que se toman en los ámbitos familiar, escolar, social, comunitario o cualquier otro en el que se desarrollen (artículo 116, fracción XVIII).
- El Sistema Nacional de Protección Integral tendrá las siguientes atribuciones: (...) Garantizar la participación de niñas, niños y adolescentes en el ejercicio de sus derechos humanos, tomando en consideración las medidas especiales que se requieran (artículo 125, párrafo segundo, fracción XI).
- En las sesiones del Sistema Nacional de Protección Integral, participarán de forma permanente, sólo con voz, niñas, niños y adolescentes, que serán seleccionados por el propio Sistema (artículo 127, párrafo séptimo).
- Los Sistemas Locales de Protección tendrán, cuando menos, las siguientes atribuciones: (...) Generar los mecanismos necesarios para garantizar la participación directa y efectiva de niñas, niños y adolescentes en los procesos de elaboración de programas y políticas locales para la protección integral de sus derechos [y]

Garantizar la participación de niñas, niños y adolescentes en el ejercicio de sus derechos humanos, tomando en consideración las medidas especiales que se requieran (artículo 137, fracciones VI y XIV).

- Los Sistemas Municipales contarán con una Secretaría Ejecutiva y garantizarán la participación de los sectores social y privado, así como de niñas, niños y adolescentes (artículo 138, párrafo segundo).

Como se puede observar, el marco jurídico en torno a la protección del derecho a la participación infantil es muy amplio en México y prevé el involucramiento de niñas, niños y adolescentes, incluso en el diseño de políticas públicas a su favor, además de disponer garantías para que ellos mismos tengan presencia en los órganos encargados de su aplicación. Sin embargo, el hecho de que exista una ley que consagra derechos específicos para este colectivo social no conlleva en automático al ejercicio irrestricto de los mismos, pero aun así no se puede soslayar el hecho de que la positivización de tales derechos subjetivos favorece su exigibilidad. Después de todo la ley fue aprobada apenas en diciembre de 2014, por lo que habrá que dar oportunidad de que maduren sus resultados, sin que ello implique simplemente sentarse a esperar.

Involucramiento inducido de niñas, niños y adolescentes en el ámbito de la política

Como ya se señaló, para construir una democracia sustantiva es necesario apuntalar esfuerzos en torno a la formación ciudadana y en esa encomienda la participación infantil debe ser un elemento central. Es posible que así lo haya entendido el legislador y que por ello la LGDNNA estipule como uno de sus principios rectores precisamente la participación de niñas, niños y adolescentes. Pero es muy importante advertir que no todo involucramiento de este sector social en el ámbito de la política es equiparable al concepto de participación que se percibe en la ley, puesto que ésta es muy clara al señalar que, si bien el Estado está obligado a implementar mecanismos que garanticen la participación permanente y activa de niñas, niños y adolescentes en distintas esferas tanto del ámbito público como del privado (artículos 72 y 116), también es indispensable que se tomen en consideración factores como la edad, el desarrollo evolutivo, cognoscitivo y su grado de madurez (artículos 57 y 71).

En los dos casos descritos en la primera parte de este texto es claro que los niños que participan en los spots se involucran en una actividad política, pero ésta en definitiva no es acorde con el concepto de participación infantil de una sociedad democrática. Ciertamente, los spots de *Mariana* se transmitieron en un contexto previo a la aprobación de la LGDNNA y los de la campaña de Carlos Joaquín se reducen a un cameo, pero aun así representan dos casos muy claros de participación inducida en donde es muy probable que los protagonistas no estén del todo claros sobre los términos de su participación. Por ello adquiere relevancia el criterio adoptado por el TEPJF tanto en la sentencia dictada por la Sala Regional Especializada como en la de la Sala Superior sobre el consentimiento expreso. Mayor relevancia tiene en ese sentido la ejecutoria de esta última instancia al ordenar al INE la elaboración de un documento que regule la participación de niñas, niños y adolescentes en la propaganda política.

Por otro lado, si bien estos criterios jurisprudenciales son atinados en aras de proteger el bien superior de la infancia, lo cierto es que la participación de niñas, niños y adolescentes en la

vida política de los adultos, particularmente por lo que se refiere a propaganda política o electoral, no deja de ser cuestionable, porque, como ya se dijo, es probable que este involucramiento no sea acorde a su edad, capacidad cognoscitiva o madurez, por lo que el resultado puede ser un limitado beneficio personal para los protagonistas y un enorme beneficio político para quienes lo inducen, es decir, partidos políticos, sus dirigencias o sus candidatos.

Roger Hart (2001) ha diseñado un esquema para categorizar la participación infantil a partir de la manera en que niñas, niños y adolescentes toman parte en distintas actividades, el cual es ilustrado mediante una escalera compuesta por ocho peldaños. En el escalón más alto las iniciativas de participación provienen directamente de este sector poblacional y sus integrantes son igualmente responsables de su coordinación, en todo caso con el apoyo de un adulto, ya que denotan un alto grado de madurez que les permite no negar su necesidad de colaboración ajena. En contraste, el peldaño más bajo es una categoría que Hart concibe como de “manipulación o engaño”, que se refiere a aquellos casos en que los adultos usan conscientemente las voces infantiles para transmitir sus propios mensajes y en donde los adultos suelen pretender que las iniciativas son manifestaciones genuinas de niñas, niños y adolescentes, mientras que el siguiente escalón lo denomina de “decoración”, porque en él caben los casos en los que participan en un proyecto los integrantes de este sector, pero con una mínima noción del papel que juegan en él; es decir que los adultos buscan en estos casos transmitir una idea o mensaje apoyados en la imagen infantil, reduciendo la participación de los niños y niñas a un nivel de utilería. La propaganda política de cualquier tipo claramente se ubica entre estos dos peldaños más bajos en la escalera de Hart.

Consecuencias del involucramiento inducido de niñas, niños y adolescentes en el ámbito de la política de los adultos

Las consecuencias de que los adultos “utilicen” niñas, niños y adolescentes para transmitir sus propios mensajes no sólo no abona a los procesos de formación ciudadana, sino incluso puede llegar a vulnerar de manera directa la esfera de derechos fundamentales de este colectivo social, como bien lo advirtió el TEPJF, lo cual queda perfectamente ilustrado en el caso de los spots del PRD de 2009, que generaron manifestaciones de discriminación, intolerancia y odio hacia la protagonista que interpretaba el personaje de *Mariana*.

Pero la afectación de derechos no sólo podría ser de facto y de iure —que ya es mucho decir— sino también simbólica: en la medida en que se siga asociando sin mayor reflexión la imagen de niñas y niños con un futuro —ya no digamos promisorio, sino cualquier futuro posible— se continuará preservando un lugar común que dificulta concebirlos como sujetos de derechos en el presente y que exacerba, por lo mismo, su situación de vulnerabilidad. No es que sea condenable en sí mismo el hecho de asociar la niñez con ideas de esperanza, porvenir, renovación, etcétera, sino que muchas veces no se reflexiona en el hecho de que, si bien los niños y niñas serán las personas, los ciudadanos, del futuro, no dejan de ser los niños y niñas del presente, a quienes les asisten derechos específicos por esa condición etaria.

En el mismo orden de ideas, si no se consigue concebir de manera general a las niñas, niños y adolescentes como sujetos de derechos, se continuarán reproduciendo estereotipos asociados con los mimos, la incapacidad, la ignorancia, la debilidad, etcétera. Ciertamente, este

colectivo demanda protección integral y condiciones especiales de cuidado, la CPEUM, la LGDNNA y muchos instrumentos internacionales en materia de derechos humanos son sensibles a esa realidad, pero tales especificidades se inscriben en la lógica de garantizar el ejercicio de libertades básicas y de favorecer un desarrollo integral, no de minusvalorar a las personas por su condición de edad.

En suma, la propaganda política y electoral que involucra la participación de niñas, niños y adolescentes parece hacerle un flaco favor a la democracia y a una cultura política con perspectiva de derechos humanos.

5. Conclusiones

Resulta innegable que la mercadotecnia política está en boga y que la comunicación política cada vez se asemeja más a la publicidad comercial. En el caso de México, debido a los antecedentes históricos del sistema político basado en un modelo de partido hegemónico perdurable hizo que la transición a la democracia electoral presentara características particulares, que se reflejan también en aquellas que definen el actual sistema electoral. Las reglas en el acceso a los medios de comunicación de los actores políticos son, por las mismas razones, muy estrictas y muy grandes las tentaciones de éstos por trastocarlas en aras de sus propios objetivos. La creatividad en la transmisión de mensajes en ocasiones se desborda y en otras es escasa, dando como consecuencia la repetición de fórmulas muy gastadas, aunque ambas tendencias curiosamente suelen encontrarse en coordenadas que no benefician en nada el fortalecimiento de la democracia, ni la electoral ni mucho menos la sustantiva.

La participación de niñas, niños y adolescentes en la propaganda política suele ser común, aunque por las razones expuestas con anterioridad puede resultar censurable. Habrá que esperar a observar cómo regula el INE este aspecto en la reglamentación que el TEPJF le ordenó elaborar, pero aun así tal vez lo mejor sea excluir este tipo de participación de los contenidos de mensajes políticos. El tema ameritaría una discusión más profunda. Sin embargo, si se considerara prudente aceptar esta exclusión, lo más adecuado quizás sería no hacerlo por medio de una restricción, sino a través de una sensibilización en torno a los derechos que asisten a esta población. De hecho, en la medida en que los propios actores políticos adquieran conciencia de lo que implican algunos de los conceptos aquí planteados —formación ciudadana, participación infantil, derechos de niñas niños y adolescentes, bien superior de la infancia, etcétera— muy probablemente dejen de involucrar a este colectivo en actividades de la vida política adulta motu proprio, lo cual en sí mismo podría representar un avance significativo hacia una democracia de mejor calidad.

Fuentes

- Caballero Álvarez, Rafael. 2016. “La educación cívica en el México del siglo XXI: perspectivas y expectativas”, en: *Revista de Derecho Electoral* 22 (Jul.-Dic., 2016). Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica, pp. 127-42. Disponible en: http://www.tse.go.cr/revista/art/22/caballero_alvarez.pdf (fecha de consulta: 29 de septiembre de 2016).
- Hart, Roger. 2001. *La participación de los niños en el desarrollo sostenible*. Barcelona: UNICEF-P.A.U. Education.

- LGDNNA. 2016. Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes. México: Cámara de Diputados. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGDNNA_041214.pdf (fecha de consulta: 4 de octubre de 2016)
- Padilla, Liliana. 2009. “Sigue la niña Mariana en los spots del PRD”, en *Observatorio y Monitoreo Ciudadano de Medios A. C.* disponible en: <https://culturaelectoral.wordpress.com/2009/05/04/sigue-la-nina-mariana-en-los-spots-del-prd/> (fecha de consulta: 21 de septiembre de 2016). Nota original publicada en *Milenio*.
- Páez, Alejandro. 2009. “Peleán candidatos del PRD por tener a la niña Mariana en sus actos de campaña”, en *Crónica*, sección Nacional. 14 de junio de 2009. Disponible en: <http://www.cronica.com.mx/notas/2009/438853.html> (fecha de consulta: 26 de septiembre de 2016).
- Redacción. 2009. “La niña de Jesús Ortega”, en *Proceso*, edición México, Elecciones 2009. Disponible en: <http://www.proceso.com.mx/84536/la-nina-de-jesus-ortega> (fecha de consulta: 20 de septiembre de 2016).
- Reséndiz, Francisco. 2009. “Segregan en web a la niña del PRD”, en *El Universal*, sección Primera. Jueves 25 de junio de 2009. Disponible en: <http://archivo.eluniversal.com.mx/primera/33199.html> (fecha de consulta: 20 de septiembre de 2016).
- Spots del PRD identificados con las claves: RV00557-09, RV00558-09 y RV00559-09. Disponibles en: http://pautas.ine.mx/transparencia/proceso_2009/index.html (fecha de consulta: 26 de septiembre de 2016).
- SRE-PSC-32/2016. Actor: Partido Movimiento Ciudadano. Partes involucradas: Partidos Acción Nacional y de la Revolución Democrática. Disponible en: <http://portal.te.gob.mx/colecciones/sentencias/html/SRE/2016/PSC/SRE-PSC-00032-2016.htm> (fecha de consulta: 29 de septiembre de 2016).
- SUP-REP-60/2016 Y ACUMULADOS. Actor: Partido de la Revolución Democrática y otros. Autoridad responsable: Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Disponible en: <http://portal.te.gob.mx/colecciones/sentencias/html/SUP/2016/REP/SUP-REP-00060-2016.htm> (fecha de consulta: 29 de septiembre de 2016).