



Estrategias de comunicación política

Análisis del spot televisivo de ataque
en la competencia electoral

Ramón Alberto Lugo Rodríguez



Índice

Capítulo I	
El proyecto de investigación	9
Introducción	9
Planteamiento del problema	11
La pregunta de investigación	13
Descripción del estado del problema	13
Hipótesis de la investigación	30
Objetivos de la investigación	32
Capítulo II	
Metodología de la investigación	33
Introducción	33
El método de análisis	33
Las múltiples variables que intervienen en el fenómeno	34
La variable dependiente	35
Delimitación del ámbito de validez de la hipótesis	35
Fuentes de información para la investigación	35
Casos que se analizarán en esta investigación	36
Limitaciones de la muestra	36
Libro de códigos para el análisis de <i>spots</i> de campañas (2003 y 2009) de los partidos políticos	39
Capítulo III	
El proceso electoral de 2006 y la reforma electoral de 2007	53
Introducción	53
Panorama general de las quejas presentadas por el uso de calumnia, diatriba y denigración en los procesos electorales de 1997, 2000, 2003, 2006 y 2009	55
El proceso electoral del año 2006: actores, estrategias de comunicación y propaganda electoral utilizada por los partidos políticos y candidatos	63

El debate dentro de la reforma electoral del 2007, en relación con los mensajes negativos en la propaganda electoral	76
Modificaciones al Cofipe en materia de sujetos responsables, conductas infractoras y sanciones, hechas durante la reforma electoral de 2007	84
Criterios que tiene la autoridad para dirimir las controversias por calumnia y denigración en la propaganda electoral	88
Capítulo IV	
Análisis comparativo de <i>spots</i> de ataque difundidos por los partidos políticos en las campañas electorales de los periodos 2003, 2006 y 2009	101
Introducción	101
Proceso electoral 2003	101
Proceso electoral 2006	105
Proceso electoral 2009	111
Análisis comparativo del uso de mensajes de ataque en los procesos electorales de 2003 y 2009	115
Análisis de la evaluación de la comunicación política por parte del PAN, PRD y PRI en los procesos electorales de 2003, 2006 y 2009	130
Reflexiones finales sobre política pública y reforma electoral	135
Conclusiones	135
Discusión y recomendaciones de política pública	138
Propuestas para incluir en una agenda de posibles mejoras tras la reforma electoral	141
Bibliografía	143
Anexo 1. Manual de codificación de <i>spots</i> correspondientes a las muestras de 2003, 2006 y 2009	151
Anexo 2. Glosario de términos	161
Anexo 3. Descripción de la tipología de mensajes por medio de ejemplos	169
Anexo 4. Lista de <i>spots</i> analizados en la investigación	179

Capítulo I

El proyecto de investigación

Introducción

En marzo de 2006, el equipo de campaña de Felipe Calderón, candidato a la Presidencia por el Partido Acción Nacional (PAN), lanzó una nueva estrategia de publicidad que se centró en la difusión de una serie de pretendidos defectos del candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Andrés Manuel López Obrador, señalándolo como un político ineficiente en su gestión como jefe de gobierno del Distrito Federal, responsable del endeudamiento del gobierno de la ciudad, intolerante y, más aún, asociado a diversos personajes acusados de corrupción. El lema unificador de todos estos mensajes fue “López Obrador, un peligro para México” (Salazar Elena, 2007).

La reacción en el PRD y en los otros partidos de la coalición “Por el Bien de Todos” fue, en primer instancia, la emisión de mensajes acusando al candidato panista, Felipe Calderón, de haber participado en un fraude bancario durante su gestión en BANOBRAS. En un segundo momento, la representación del PRD dentro del Instituto Federal Electoral (IFE) solicitó a éste su intervención para retirar una serie de *spots* que consideraba denigrantes. La autoridad electoral inicialmente rechazó la solicitud; sin embargo, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) ordenó al IFE cancelar algunos mensajes emitidos por el PAN. A partir de entonces, el IFE siguió esta norma y retiró de la radio y la televisión diversos mensajes con contenido negativo. En total, 29 promocionales fueron retirados del aire.

Es importante destacar la participación activa del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) en esta elección, ya que se distinguió por la contratación y difusión de dos *spots* promocionales a favor del PAN y del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y en contra de la coalición “Por el Bien de Todos” y su candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador. Lo que ocasionó importantes quejas por parte de los representantes de la coalición ante el Consejo General del IFE y posteriormente ante el TEPJF.

Un ejemplo de las quejas emitidas es el oficio presentado el 1 de junio de 2006 por el diputado Horacio Duarte Olivares, representante propietario de la coalición “Por el Bien de Todos”, numerado: POR EL BIEN DE TODOS-176/06. En dicho documento se solicita al consejero presidente del IFE que se tomen las medidas necesarias para evitar que personas físicas o morales realicen acciones que puedan constituir actos de inducción del voto o, bien, que puedan causar confusión entre los electores (IFE, 2006).

En respuesta a dicha solicitud, el 8 de junio de 2006 el consejero presidente del IFE envió comunicaciones a catorce organizaciones empresariales y patronales del país, en las que les manifestó “la conveniencia de abstenerse de realizar otras actividades que pudieran interpretarse como un mecanismo de presión o coacción del voto”. Las cartas fueron dirigidas al Consejo Coordinador Empresarial (CCE), a la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (Concamin), a la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco-Servytur) y a la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), entre otros.

El malestar manifestado por la coalición “Por el Bien de Todos” —como consecuencia de los *spots* difundidos por el CCE— llevó a que, el 23 de junio de 2006, el consejero presidente del IFE enviara una carta al ingeniero José Luis Barraza González, presidente del CCE, en la que exponía las preocupaciones del instituto sobre la campaña de medios difundida por el organismo empresarial. En respuesta, el CCE emitió un comunicado de prensa donde informó que, a petición expresa del consejero presidente del IFE, se había decidido suspender la transmisión de *spots* de radio y televisión donde se exaltaba el valor de la “estabilidad” económica que el país vivía.

La intervención del CCE en el proceso electoral no puede ser catalogada como un hecho aislado o fugaz. Su impacto fue muy profundo y se mantuvo presente durante un largo tiempo. Dicha intervención fue uno de los principales argumentos de las acusaciones hechas por la coalición “Por el Bien de Todos” en contra del PAN, así como una de las principales críticas respecto a la actuación del IFE durante la campaña electoral. Este hecho estuvo presente en las denuncias interpuestas ante el TEPJF, una vez realizadas las elecciones y, de manera más relevante, permaneció presente en etapas posteriores a este proceso electoral.

El 2 de julio de 2006, 41.8 millones de mexicanos ejercieron su derecho al voto para elegir al Presidente de la República y renovar las cámaras de diputados y de senadores del Congreso de la Unión. El proceso electoral federal 2005-2006 presentó circunstancias inéditas en su organización, en las condiciones de la competencia, en los resultados electorales y en las demandas de información en torno a las distintas etapas del propio proceso. El resultado de las elecciones fue el triunfo del candidato del PAN, Felipe Calderón Hinojosa, quien ganó con un margen de tan sólo 0.54% por encima de la coalición “Por el Bien de Todos”, cuyo candidato fue Andrés Manuel López Obrador. Como señala Salazar Elena:

Tanto en el transcurso de la campaña, así como al darse a conocer los resultados electorales, López Obrador y el PRD enmarcaron los mensajes negativos de la campaña panista como parte de una “guerra sucia” que incluía, adicionalmente, el intento de desafuero del que fue objeto, la intervención del poder ejecutivo en favor de Calderón, la difusión tendenciosa de noticias y un fraude electoral en su contra. Esta percepción convirtió a la izquierda partidista mexicana en un actor interesado en promover un marco normativo que minimizara la posibilidad de echar mano de cualquiera de estos recursos (Salazar Elena, 2007: 6).

El clima de polarización permaneció patente dentro del sistema político mexicano y fue en este contexto que el 1 de septiembre de 2007, durante la toma de protesta del presidente electo Felipe Calderón Hinojosa, se suscitó un nuevo episodio de enfrentamiento entre los grupos parlamentarios del PRD y el PAN, en respuesta a la pretensión de los perredistas de impedir el acto protocolario de toma de protesta.

Las difíciles condiciones vividas durante la campaña presidencial del año 2006 y las protestas posteriores a la jornada electoral llevaron a que los partidos políticos buscaran la realización de profundos cambios en la legislación electoral con el fin de evitar episodios similares en posteriores procesos electorales. Fue así como se llevó a cabo, en el Congreso de la Unión, el debate tendiente a aprobar reformas constitucionales y a revisar la legislación secundaria en materia electoral.

Planteamiento del problema

La polarización que se presentó durante el proceso electoral de 2006, y posterior a él, trajo a discusión diversos asuntos en el transcurso de la reforma electoral de 2007-2008. El cuestionamiento al modelo de acceso a los medios de comunicación masiva vigente hasta ese momento y la necesidad de un nuevo modelo fueron el eje central de la reforma electoral; sin embargo, hubo otro tema que tomó especial relevancia por los efectos que produjo durante las elecciones: la pertinencia de emplear campañas negativas como parte de la estrategia de comunicación política de los partidos, ya que en los procesos electorales federales de los años 1997, 2000 y 2003 distintos partidos utilizaron mensajes de ataque en sus estrategias de campaña, tales como los usados por el candidato del PAN, Vicente Fox Quezada, en el año 2000. No se había presentado en México un episodio electoral que hubiera sido tan criticado por uno de los actores en disputa debido a la utilización de este instrumento de comunicación.

Como resultado de esta discusión, en la reforma electoral de 2007, se aprobó una modificación que, por primera vez, estableció en el texto constitucional la prohibición

para utilizar frases que calumnien a las personas o denigren a las instituciones o partidos. Es importante resaltar que la prohibición a la calumnia y a la denigración ya existía en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe) desde su publicación en 1990.

En este sentido, es para mí de gran interés estudiar los efectos que tiene la normatividad electoral sobre las decisiones que toman los partidos políticos en su búsqueda por ganar elecciones. Esta investigación busca identificar los cambios en el uso de mensajes de ataque por parte de los partidos políticos, considerando las restricciones establecidas en el contenido de la propaganda política de los partidos en la reforma electoral de 2007.

El tema es relevante, ya que la confrontación de ideas se encuentra siempre presente en todo proceso electoral. La disputa por los cargos de elección popular incluye la proposición de ideas y opciones de política pública por parte de cada partido, pero, además, el contraste de éstas con las de sus adversarios.

Un medio para contrastar ideas y propuestas es el uso de mensajes de contenido negativo, que se ha convertido en una herramienta de los partidos políticos y candidatos para brindar información a los votantes sobre las características de sus adversarios, sus ideas y propuestas de política públicas; información que, de otra manera, no estaría al alcance del votante y que le es brindada con el objetivo de disminuir sus preferencias por el adversario político.

En el proceso electoral, la información disponible para el votante puede afectar el sentido de su elección, de ahí que la difundida en los mensajes negativos de los partidos pueda beneficiarlos con votos del electorado. Este tema es relevante por su vinculación con el derecho fundamental a la libertad de expresión y por las implicaciones que tiene, para la protección de este derecho, la aplicación de la normatividad y la actuación de las autoridades electorales. Dentro de un régimen democrático las reglas del juego son de vital importancia, ya que determinan los escenarios donde se darán las batallas políticas, los recursos que movilizarán los actores y los instrumentos que podrán ser utilizados para lograr la victoria.

El proceso electoral para la renovación de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, en el año 2009, inauguró la utilización del nuevo marco regulatorio derivado de las reformas constitucionales en materia electoral, así como el nuevo Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), lo cual representó un referente ideal para realizar este estudio.