

oem#ucs@ieem.org.mx



Ricardo Joya

Ante la propaganda, más periodismo

El artículo 228 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe) define a la propaganda electoral como el 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.

El referido artículo indica que “Tanto la propaganda electoral como las actividades de campaña a que se refiere el presente artículo, deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado”.

En ese sentido, actualmente se desarrollan las campañas federales para renovar la Presidencia de la República, así como las cámaras de senadores y diputados del Congreso de la Unión, y en unas semanas más iniciarán –en el Estado de México– las campañas locales para elegir ayuntamientos y la próxima Legislatura estatal.

Ante ello, el Sistema Mexiquense de Medios Públicos inició una serie de mesas de análisis para discutir diferentes temas y ángulos relacionados con las campañas electorales. El pasado viernes se grabó uno de los programas con el planteamiento “Propaganda electoral y verdad ¿Por qué creerle a los políticos?”, en el que tuve la oportunidad de participar.

Junto con la doctora Lidia Mejía Robles, especialista en Imagen Pública, política, sociedad y mercadotecnia política, expusimos las condiciones en las cuales se desarrollan las campañas electorales y coincidimos en la importancia de que, como ciudadanía, tenemos la responsabilidad para allegarnos de información que nos permita conocer a detalle los perfiles de quienes contienden por un cargo de elec-

ción popular.

Sin embargo, en lo personal considero que la obligación de acercar esa información es del Estado, a través de las autoridades electorales y los propios partidos políticos, en virtud de que son instituciones que reciben recursos públicos y –en apego al artículo 228 del Cofipe– deben “propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado” de sus plataformas y, por ende, de sus candidatas y candidatos.

El IEEM ha dispuesto el Proceso Técnico Operativo del Sistema “Candidatas y Candidatos, Conóceles” para la elección de diputaciones locales y ayuntamientos 2024, y que establece la obligatoriedad de participar de quienes contenderán por un cargo de elección popular. Es una medida acertada. Habrá que esperar a que las personas que tendrán una candidatura suban la información que se requiere y esta sea veraz y verificable.

La responsabilidad de votar es nuestra, como ciudadanas y ciudadanos; sin embargo, sería sano que se revise el Modelo de Comunicación Político Electoral para propiciar que los medios de comunicación, así como las y los periodistas, tengan un papel mucho más proactivo para el conocimiento profundo y difusión de quienes competirán por una diputación o un ayuntamiento, y se haga un dique a la propaganda basada en mentiras o medias verdades.

#TodoComunica

Las aguas auriverdes en la UAEMex se mueven con intensidad. A partir de ahora todo se relaciona con la sucesión en la Rectoría en 2025.