

## Es hora de instaurar una comunicación más empática con votantes: magistrada

---

FABIOLA MARTÍNEZ

---

La comunicación política en México es cada vez más violenta y con menos empatía hacia las necesidades y derechos de los ciudadanos, advirtió Gabriela Villafuerte, magistrada de la sala especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), instancia que sanciona faltas en esta materia.

En cuanto a las infracciones de servidores públicos, dijo que ahí existe “un espacio de impunidad enorme” (esta sala no puede aplicar sanciones, sólo dar “vista” a la instancia superior del funcionario).

Ahora que se analiza una reforma electoral, añadió, es buen momento para abordar el punto, así como lo relacionado a presuntos anticipados de campaña.

“Sería interesante ahora que estamos en que si la reforma electoral [procede o no], se tiene que fortalecer y establecer realmente hasta dónde pueden actuar las partes, qué pueden hacer; bueno, el 134 [constitucional, relativo a los funcionarios] existe en la letra [pero] en lo material es letra muerta”, lamentó.

Igualmente aludió a la pertinencia de actualizar la ley en cuanto a actos anticipados de campaña, pues si bien se trabaja con lo que se tiene (sin poder sancionar), hay muchas denuncias de “actos de realización megaincierta”, es decir, presuntos actos anticipados

de campaña de personajes de distintos partidos.

En cuanto a la dinámica de comunicación, indicó: “Estamos viendo una comunicación política que quizá no cumple los objetivos porque es violenta, porque cada vez es con más imputaciones, más violencia, con menos conciencia, con menos empatía hacia brindarle a los electores lo necesario para conocer a sus actores políticos”.

Durante una mesa organizada por la Escuela Judicial Electoral, señaló que cada vez hay más casos de presunta violencia política en razón de género y calumnia, entre otros, pero con preponderancia en otras vías de difusión, más que en la propaganda tradicional.

De ahí que los retos para los juzgadores son el análisis de las redes sociales, acciones de los servidores públicos, el anonimato, las plataformas, los *influencers*, entre otras.

“Veo el sacrificio de lo colectivo en aras de la libertad de expresión, muchas veces veo también el debilitamiento de la comunicación política y esto ahuyenta la participación (ciudadana) y, sin duda, de la democracia”, puntualizó.

Carlos Ferrer, titular de la Unidad Técnica de lo Contencioso del Instituto Nacional Electoral (INE), responsable del análisis inicial de los spots, se refirió al resuelto esta semana por la Comisión de Quejas del INE, para el retiro de un anuncio del PAN por considerarlo acto anticipado de campaña, por aludir a la contienda de 2024.