

| Comunicación política en elecciones y pandemia en México, 2021

| *Political communication in elections and pandemic in Mexico, 2021*



Ernesto Hernández Norzagaray
Doctor en Ciencia Política y Sociología
por la Universidad Complutense de
Madrid. Profesor-investigador de la
Universidad Pedagógica del Estado de
Sinaloa.
jehernandezn@hotmail.com

Resumen

Este ensayo de investigación está dividido en tres partes: Una, introductoria, donde contextualizamos la importancia del trabajo de investigación en medio de la pandemia del COVID-19 que sacudió y sacude al mundo; en particular, a México, y que planteó problemas de operación política que obligaron a las instituciones electorales, a los partidos políticos y a las militancias a hacer de manera diferente lo que tradicionalmente tenía que ver con la organización, campañas y calificación de los procesos electorales. Las campañas electorales, por ejemplo, frecuentemente dejaron de tener una comunicación política directa con los ciudadanos para, en lo sucesivo, hacerlo de manera virtual a través de las redes sociales, incluso, en un contexto de temor colectivo. Ante lo incierto de los efectos de la pandemia, aparecieron nuevas modalidades de transmisión de mensajes negativos y noticias falsas (*fake news*). Dos, el INE, encargado de la organización de las elecciones federales y, excepcionalmente, a petición de los organismos electorales locales, puede organizar las elecciones estatales y municipales. A efecto del interés de este ensayo, este organismo del Estado es el encargado de operar el modelo institucional de comunicación política y asignar, a través de una fórmula específica, los tiempos fiscales del gobierno y dar lo que le corresponde a cada uno de los partidos en tiempos electorales, pero no solo eso, también puede revisar si los contenidos de los mensajes se sujetan a lo que se establece la ley de partidos políticos y, para ello, tiene un instrumento de «vanguardia» para monitorear los mensajes en tiempo real. Y tres, el ensayo hace una revisión de las teorías conspirativas y *fake news* que más usualmente se hicieron visibles en 2018 y con fines comparados en los comicios federales de 2021, que estuvieron menos sujetos a mecanismos de *fact-checking* que mostraban la independencia de los medios de comunicación y la veracidad o no de los mensajes políticos de la oferta de partidos y candidatos.

Para ello, nuestra metodología, desde una perspectiva institucionalista, contempla la comprensión del funcionamiento y la eficacia de las instituciones que regulan el comportamiento de los ciudadanos en el sistema democrático mexicano; el análisis cuantitativo y cualitativo mediante el cual se diseñó el modelo de comunicación política que institucionalizó las nuevas prácticas de transmisión de programas, emblemas, ofertas y candidatos en los tiempos legales del Estado; la puesta en operación en elecciones sin pandemia y con pandemia, poniendo énfasis, en el rol que jugaron las redes sociales en el proceso electoral federal de 2021 y, finalmente, recuperamos las enseñanzas que dejan las elecciones del verano de 2021, en el periodo pandémico y con perspectiva para futuros comicios.

Palabras clave

Comunicación política; políticas públicas; elecciones; pandemia; México.

Abstract

This research essay is divided into three parts: One, introductory where we contextualize the importance of the research work in the midst of the COVID-19 pandemic that shook and shakes the world, and in particular Mexico, which raised operational problems a policy that forced electoral institutions, political parties and the militancy to do differently than what traditionally had to do with the organization, campaigns and qualification of electoral processes. Electoral campaigns, for example, ceased to have direct political communication with citizens and henceforth, to do so virtually, through social networks, even in a context of collective fear; given the uncertainty of the effects of the pandemic, new forms of transmission of negative messages and false news (fake news) appeared; two, the INE, in charge of organizing federal elections and exceptionally, at the request of local electoral bodies, organizing state and municipal elections. For the purpose of the interest of this essay, this State body is in charge of operating the institutional model of political communication and assigning through a formula the fiscal times of the government and giving what corresponds to each of the parties in times elections, but not only that, also to check if the contents of the messages are subject to what is established by the law of political parties and for this, it has an «avant-garde» instrument to monitor the messages in real time and, three, the This essay makes a review of the conspiracy theories and fake news that occurred in 2018 for comparative purposes in the 2021 federal elections that were less subject to fact-checking mechanisms that showed the independence of the media and the veracity or not of the political messages of the parties and candidates offer.

Keywords

Political communication; public policies; elections; pandemic; Mexico.

1. Introducción

Es común decir que la pandemia de COVID-19 vino a trastocar todo y así fue y es, a casi dos años de iniciada presuntamente en un mercado de Wuhan, China. Desde entonces la sociedad mundial ha sido sacudida por decenas de millones de contagios y muertes que no han respetado género, edad, raza, condición social o país por su propia naturaleza destructiva que ha puesto en jaque las capacidades reactivas de los distintos niveles de gobiernos y, especialmente, sus sistemas de salud.

La economía ha vivido una dialéctica de eliminación y concentración de los flujos comerciales que encontró a muchos gobiernos incapaces de atender la emergencia y dejó a millones de personas sin empleo ni ingresos, aumentando considerablemente el número de pobres en México cuando 6,2 millones de sus ciudadanos que en 2018 se encontraban en el estatus de clase media dejaron de estarlo para ubicarse en la clase baja (INEGI, 2021).

Y es que el gobierno federal, responsable de la atención de la salud pública, no estaba dotado de una política de emergencia para atender la pandemia y fue incapaz de satisfacer la exigencia creciente de servicios públicos de salud y, también, imposibilitada de brindar apoyos a las empresas y personas sin ingresos o con ingresos disminuidos. Peor, todavía, les fue a los millones de trabajadores y pequeños empresarios que se emplean en el sector informal de la economía. Literalmente millones de ellos quedaron en la calle sin forma de sobrevivir.

En lo político, las instituciones de las democracias vinculadas a los procesos electorales, por su parte, se vieron inmediatamente paralizadas cuando se llamó al recogimiento en los hogares y sus agentes buscaron alternativas eficaces para normalizar la nueva realidad y continuar con sus tareas institucionales (Mariñez y Calzada, 2021). Y es que la nueva situación exigía la necesidad de realizar una mudanza de las formas tradicionales de comunicación política (contacto personal, actos de proselitismo en el espacio público, marchas, debates abiertos, incluso, propaganda política y que habían sido consideradas inmodificables desde el siglo XIX) hacia la operación digital para establecer puentes viables con los electores que estaban en sus domicilios esperando volver a la normalidad –pero estaba lejos de llegar– (Aguirre Sala, 2021).

Esto imponía contundentemente una nueva dinámica entre los actores electorales y los ciudadanos. La democracia persistía, pero sería a través de campañas bajo nuevas regulaciones –y todavía están por llegar en materia de formatos, tiempos, propaganda en redes sociales–. Este cambio repentino, radical y vertiginoso, aceleró la agenda digital de las instituciones electorales, con el fin de responder a los dictados que imponía la emergencia sanitaria, las necesidades de la política y el activismo de los militantes de los partidos políticos. Entonces, las instituciones se vieron obligadas a aprender rápido para no perder la vinculación y mantener el pulso de las clientelas electorales que estaban siendo sacudidas por las oleadas del virus SARS-Cov-2.

Afortunadamente en México, las reformas constitucionales y reglamentarias de 2007-2008, habían favorecido la legislación para que el Estado tuviera

ra el control total sobre los tiempos en radio y televisión y de esa manera, dar forma en el Instituto Nacional Electoral (INE), al Sistema Integral de Administración de los Tiempos del Estado (SIATE) dejando fuera de la operación electoral a las grandes empresas de medios de comunicación privada que hasta entonces habían sido el eje fundamental de la trasmisión de los mensajes políticos.

Que, a decir por los operadores del nuevo modelo, viene siendo la «solución tecnológica» para cumplir eficazmente con la obligación constitucional de ponerlo en marcha y a favor de la comunicación política. Esta «solución» ha sido considerada por el INE como vanguardista en el mundo por «la articulación de diversas tecnologías: satelital, electrónica, informática e Internet, y porque en su interacción posibilita supervisar en tiempo real, lo que ocurre en el espectro radioeléctrico de México, todos los días y, en prácticamente todo, el territorio nacional» (IFE, 2009).

El INE y su complemento, los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLE), en cada una de las treinta y dos entidades federativas, constituyen un complejo sistema de administración de los tiempos fiscales del Estado. Se imponía, además, por la naturaleza del fenómeno pandémico acelerar la digitalización que se venía dando gradualmente en la última década por lo que, a decir por el presidente del Consejo General del INE, había llevado a reforzar los instrumentos tecnológicos en la perspectiva de: «Primero, recabar respaldos ciudadanos para las candidaturas independientes con mecanismos de seguridad, rapidez, control y, por supuesto, protección de los datos. Segundo, la aplicación para registrar militantes de los partidos políticos; tercero, la aplicación para solicitar eventuales consultas ciudadanas y revocación de mandato». Tercero, el voto por internet para las y los mexicanos residentes en el extranjero, «que ya instrumentamos exitosamente en las elecciones de este año», así como la votación en urnas digitales, «que ya se ha instrumentado de manera vinculante, es decir, ya hay ciudadanos que votan solo en urnas digitales». Cuarto, la implementación de los mecanismos de información sobre las elecciones y el combate a la desinformación, «a través de un uso intensivo y proactivo de redes sociales que el INE despliega permanentemente y, particularmente, durante los procesos electorales para combatir la desinformación y las noticias falsas» (...) y a efecto del interés en este ensayo. Quinto, se implementó «un mecanismo de fiscalización en línea, así como «el monitoreo automatizado a la radio y la televisión que nos permite identificar que las prohibiciones y restricciones en el modelo de comunicación política se cumplan» (Córdova, 2021).

2. Metodología

Este ensayo de investigación sobre la comunicación política en un contexto social pandémico específico se realiza utilizando el enfoque inductivo-deductivo mediante la técnica de análisis de contenido que combina la observación y producción de datos con su interpretación y análisis (Easton, 1992). En cuanto al estudio de la comunicación política como política pública, lo desarrollamos de acuerdo con el neoinstitucionalismo sostenido sobre una

base económica y sociológica que ve las instituciones como producto de la acción de individuos racionales (March y Olsen, 1997) que le imprimen una dinámica a través del diseño, instrumentación y aplicación de políticas públicas (Meny y Thoning, 1992).

Mejor, todavía, esas políticas públicas en materia de comunicación política responden a los desafíos institucionales que le impone una sociedad en proceso de cambio, donde, aquella estaba prácticamente en manos de actores sociales privados (televisoras) que le imponían sus muy particulares intereses y resultaba indispensable, para la consolidación democrática, que fuera absolutamente un componente del Estado constitucional (Esteinou, 2010).

Así, siguiendo estas premisas teóricas, el ensayo pretende, en primer lugar, tener comprensión del funcionamiento de las instituciones constitucionales comprometidas con el desarrollo democrático mediante el análisis de las piezas de las políticas en materia de comunicación política tanto en la fase de transición del modelo, como su eficacia en las elecciones federales de 2021 que, cómo se sabe, ocurrieron durante el periodo crítico de la pandemia por COVID-19.

Segundo, realizamos el análisis cuantitativo y cualitativo, mediante el proceso por el cual se diseñó el nuevo modelo de comunicación política que institucionalizaba las prácticas de transmisión de programas, emblemas, ofertas y candidatos en los tiempos legales del Estado. Y, para el mejor análisis, consultamos los concentrados de una base de datos construida por el INE para demostrar lo que a su juicio representaba la eficacia y eficiencia del modelo comunicativo de esta institución autónoma constitucional.

Tercero, analizamos *grosso modo*, la puesta en marcha del nuevo modelo de comunicación política en elecciones federales normales sin pandemia donde las instituciones pusieron en funcionamiento los nuevos mecanismos al servicio de la democracia mexicana. Las propias circunstancias que impuso la pandemia del COVID-19, el rol importante que jugaron las redes sociales, con las estrategias mercadológicas y las *fake news*, en el proceso electoral federal de 2021 permite entrar al análisis comparado de ambos tipos de procesos comunicativos.

Finalmente, las experiencias que dejaron las elecciones del verano de 2021 permiten hacer un primer balance de la aplicación del modelo comunicativo y establecer áreas de mejora en perspectiva de futuros comicios por las alertas que se hicieron visibles y que amenazan la calidad de la democracia mexicana.

3. Modelo de comunicación política

Antes de entrar en materia habrá que recordar que el modelo de comunicación política vigente tiene un antecedente en la reforma *fast track* del 1 de diciembre de 2005 de la *Ley Federal de Radio y Televisión* (LFRT) y la *Ley Federal de Telecomunicaciones* (LFT) mejor conocidas como «Ley Televisa» que fue

presentada y dictaminada en ocho días y aprobada en siete minutos en la Cámara de Diputados. Sin embargo, el Poder Judicial, a través de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, es el que corrige por inconstitucional lo aprobado por el Poder Ejecutivo y Legislativo reivindicando el espíritu de la Constitución que siempre estará por encima de los poderes fácticos informativos¹ sentando las bases para un modelo republicano de comunicación pública.

Así, con ese nuevo modelo, se avanzó simultáneamente en la reforma electoral de 2007-2008 que tenía dos grandes objetivos estratégicos en el proceso de construcción institucional:

1) la mejora del régimen de partidos en cuanto a los requisitos para la constitución de nuevas formaciones políticas, la vida interna, las coaliciones, el financiamiento público, los tiempos de las precampañas y campañas y la fiscalización de los recursos de los partidos políticos que trascendió la reserva sobre el secreto bancario, fiduciario y fiscal; y

2) una reforma profunda que dotó al entonces Instituto Federal Electoral (IFE) de la entera exclusividad en materia de administración de los tiempos electorales en radio y televisión que, hasta entonces, funcionaban con una extraordinaria discrecionalidad que afectaba severamente la equidad en la competencia entre partidos.

Así, hasta antes de esas reformas modernizadoras, el dinero fluía libremente y determinaba, frecuentemente, quienes eran los ganadores y quienes eran los perdedores en las contiendas electorales (Córdova y Murayama, 2006).

En esta circunstancia notoriamente antidemocrática los grandes medios de comunicación obtenían una buena parte de la financiación pública y actuaban como un poder paralelo que influía en la distribución del poder político. De manera que cuando se presentaron las iniciativas de reforma constitucional y reglamentaria se opusieron tajantemente y empezaron una campaña de descrédito contra los principales promotores. Sin embargo, fue inútil: las principales fuerzas políticas habían acordado legislar para que el Estado mexicano tuviera entre sus competencias el control de los tiempos electorales y, en lo sucesivo, estos lo administraría el IFE, para garantizar equidad en la competencia electoral por los cargos de representación política en los tres niveles de gobierno.

El nuevo modelo de comunicación política al que habrían de ajustarse los partidos políticos con registro electoral contempla: «1. Los partidos políticos tienen acceso a la radio y a la televisión solo a través de los medios públicos (implicando la suma de los tiempos del Estado y los tiempos fiscales); 2. El IFE es la única autoridad facultada para administrar los tiempos estatales y para determinar su ampliación o no en circunstancias determinadas; 3. El IFE verifica la transmisión de las señales de radio y televisión para vigilar el cumplimiento de la ley; 4. El IFE es la autoridad competente para establecer las sanciones por la violación a lo establecido en relación con los medios de comunicación con fines electorales, pudiendo incluso ordenar la cancelación

1. Para ahondar en este tema recomendamos el texto de Javier Esteinou Madrid (2010).

inmediata de las transmisiones en radio y televisión que sean violatorias de la ley; asimismo, «5. Desde el inicio de las precampañas los tiempos de que dispone el IFE son de 48 minutos diarios en cada canal de televisión o frecuencia, que distribuye entre 2 y hasta 3 minutos por hora de transmisión, en la franja horaria de las 6:00 a las 24:00 horas; 6. Durante las precampañas los partidos recibirán 1 minuto por cada hora en cada estación (18 minutos en total), y en las campañas electorales el tiempo de que dispondrán es de por lo menos el 85% del tiempo total; También 7. El criterio de distribución de los tiempos electorales sigue la fórmula del financiamiento público, 30% igualitario y 70% proporcional a la votación de cada partido de acuerdo con el resultado de la votación de la última elección; 8. Fuera de las campañas electorales, el IFE dispone del 12% del total de tiempos del Estado que se distribuye en un 50% entre los partidos de forma igualitaria y el resto corresponde directamente al IFE; y, 9. La competencia del IFE como administrador de los tiempos públicos con fines electorales también se extiende al ámbito local respecto de los espacios en las emisoras locales» (Córdova, 2013).

Estas reformas, tuvieron como principal pivote, las elecciones presidenciales de 2006 que, como se recordara, fueron las más competidas hasta entonces y al final, solo hubo una diferencia mínima de 0,54% entre Felipe Calderón Hinojosa, el candidato del Partido Acción Nacional (PAN) y Andrés Manuel López Obrador, candidato de una constelación de fuerzas nacionalistas y de izquierda y, dónde, notoriamente, los grandes medios de comunicación jugaron un papel decisivo a través del apoyo que brindaron a Calderón Hinojosa y además, que difundieron profusamente la campaña negativa: «López Obrador, un peligro para México», y, para el obradorismo, como para muchos observadores, esa campaña negativa fue determinante para el resultado que favoreció finalmente a Calderón Hinojosa (Pedraza Reyes, 2007).

La consecuencia inmediata fue de una burbuja de inestabilidad política que exigía echar mano de la experiencia democratizadora. Era indispensable aprobar las reformas que evitaran que la misma situación se repitiera con su secuela desestabilizadora. Así, se celebraron las negociaciones entre los grupos parlamentarios y en lo sucesivo, los partidos o particulares estarían impedidos legalmente para contratar tiempos en radio y televisión y en las contiendas, donde la diferencia fuera menor al uno por ciento, el partido o coalición presuntamente afectada, podría solicitar contar nuevamente «voto por voto, casilla por casilla» para de esa forma transparente saber del ganador o el perdedor.

Aún más, en 2007, fue reformado el artículo 134 constitucional, de manera que se introdujeron restricciones a los gobernantes cuando señala en la letra:

«La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público».

Con esta reforma fundamental se acotó una práctica muy extendida en el medio político y en lo sucesivo, ningún servidor público podría interferir en las reglas establecidas en el artículo 41 constitucional.

Sea a través de la propaganda gubernamental durante las campañas electorales o la personificación de los mensajes, hay quienes vieron y siguen viendo esta disposición jurídica como censura al poder institucional, pero, en estricto sentido, no lo es, ya que estamos hablando del uso de dinero público, que se pone al servicio de una persona o partido político. Además, el IFE-INE, no interviene de oficio y son los propios partidos a través de sus representantes, o ciudadanos, los que interponen sus quejas ante cualquier presunta violación a los principios constitucional en la materia.

Y, es, entonces, cuando el INE valora las pruebas y emite con base a la ley, una postura de rechazo de la prueba o aceptación con la correspondiente sanción dejando a salvo el derecho de que los presuntamente afectados, puedan recurrir con sus quejas ante los tribunales jurisdiccionales.

Bajo este contexto jurídico-político se celebraron las elecciones concurrentes (federales y estatales) donde estuvieron en disputa las 500 curules federales, 300 distritos electorales de mayoría relativa y 200 de representación proporcional, que integran la Cámara de Diputados; asimismo, 21.368 cargos electos estatales y municipales, entre ellos, 15 titulares de los gobiernos de los estados.

Este alud de elecciones que fue correctamente calificada, como las “elecciones más grandes en la historia de México” convocó en medio de la pandemia a las urnas a 93.528.473 ciudadanos registrados en la lista nominal de los cuáles asistieron 48.874.040 que representaron el 52,66% (INE, 2021) y representa un poco más de un 5% de la participación de la elección intermedia federal de 2017.

Esta convocatoria planteaba operativamente un gran desafío ya que había que instalar 162.570 casillas electorales en todo el país y garantizar las medidas sanitarias de «sana distancia» para evitar que el llamado se convirtiera en un mayor problema de contagios del COVID-19.

Asimismo, había que poner en operación el modelo de comunicación político para que partidos y candidatos acercaran su oferta política a unos ciudadanos distraídos con la amenaza de la pandemia.

Y el mecanismo resultó relativamente sencillo, pues los partidos llevaban al INE sus videos con sus *spots*, mensajes e imágenes y el instituto solo revisaba que se ajustaran al patrón previsto en la ley y, sobre todo, buscaba evitar las campañas de desprestigio al honor de los candidatos y las *fake news* que pretendían influir en el ánimo de los votantes.

Una vez pasado este filtro, la información se autorizaba y circulaba profusamente en los tiempos oficiales de los medios de comunicación, y en especial, las redes sociales, provocando así una suerte congestión electoral que, cómo veremos, abría espacio a la desinformación fuera por la insustancialidad de la spotización oficial, cómo por las noticias falsas o las

granjas de *bots* y *trollers*. No obstante, el INE hizo un balance positivo y reconoció que el 99,6% de las pautas para los medios de comunicación habían sido cumplidas (INE, 2021), lo que le llevó a considerar que el sistema integral había funcionado y, mejor todavía, se había consolidado favoreciendo la equidad en la competencia por los votos. Algo de autocrítica faltó.

4. Precampañas y campañas

En las precampañas electorales diez partidos estaban registrados para participar con plenos derechos en los comicios concurrentes del 6 de junio de 2021. Asimismo, de ese número de partidos, una parte de ellos se había integrado en dos grandes coaliciones electoral, una hegemonizada por el partido Morena que tenía como aliados al Partido del Trabajo (PT) y al Partido Verde (PV), y que fue registrada bajo el lema propagandística de «Juntos haremos historia». La otra, liderada por el Partido Acción Nacional (PAN), llevaba, paradójicamente, de aliados a sus adversarios de los comicios de la transición, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido de la Revolución Democrática (PRD), y fue registrada ante la autoridad competente, como la coalición «Va por México».

El periodo de precampañas electorales fue del 23 de diciembre de 2020 al 31 de enero de 2021. Este lapso técnicamente estaría destinado a labores de proselitismo interno de manera que los militantes que hubieren manifestado interés en una nominación política, eventualmente, compitieran por ella. Para tal efecto debía contar oficialmente con tiempos en radio y televisión y alcanzar visibilidad pública para técnicamente exponer su proyecto ante la militancia y simpatizantes de su partido.

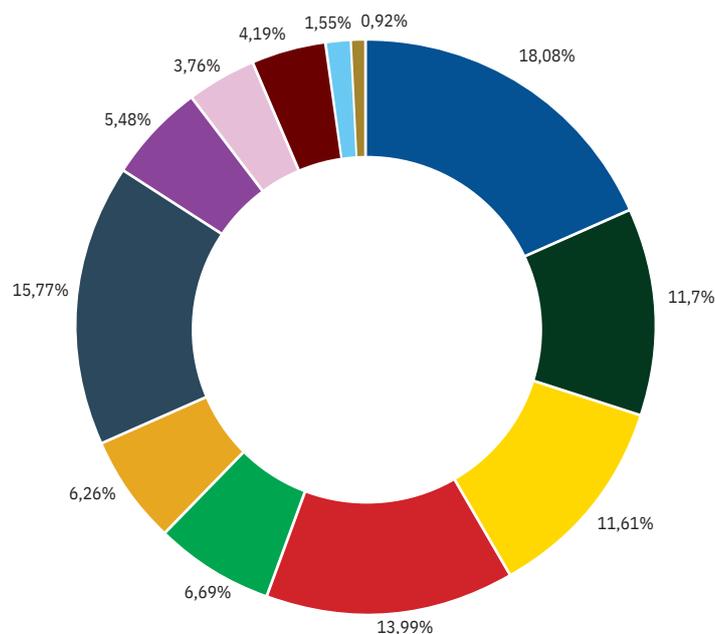
De acuerdo con el monitoreo del INE, en las precampañas para diputados federales los partidos y candidatos independientes tuvieron la siguiente distribución: el PAN, alcanzó el 18,08% del total; Morena, 15,77%; el PT, 13,99%; el PRI, 11,7%; PRD, 11,61%; el Verde, 6,69%; MC, 6,26%; el PES, 5,48%; y la diferencia para el resto, entre ellos, los partidos de nueva creación.

Y de ahí, habrían de salir los que luego serían las candidatas y candidatos a los cargos de elección popular. No hay registro de que la disputa por las nominaciones haya sido un problema y que hubiese provocado precampañas marcadas por la descalificación política. En la mayoría de los casos fueron decisiones que tomaron las dirigencias partidarias de acuerdo con sus mecanismos de selección o mediante acuerdos políticos con los grupos de poder interno.

Queda de ese momento la distribución que refleja la siguiente imagen, pero, sobre todo, las promociones alimentadas con sonrisas, colores, peinados, frases, logos, todas ellas tan insustanciales, como efímeras. Incluso, como se ha hecho costumbre, con una escasa exposición mediática y toda la apuesta, en el caso de los candidatos de Morena, fue unirse a la popularidad, al *rating* de López Obrador; mientras la oposición fijó su apuesta electoral

en las emociones, el lenguaje contestatario, el malestar social o el llamado a hacer uso del voto útil o estimular el voto anti-Morena.

Gráfico 1. Precampaña para Diputados Federales. Tiempo de monitoreo por partido o coalición y candidaturas independientes.



Fuente: INE (2021). <https://monitoreo2021.ine.mx/inicio>

Las campañas electorales para elegir diputados federales se llevaron a cabo entre el 4 de abril y 2 de junio. El monitoreo de los programas que difunden noticias y que supervisó el INE en tiempo electoral alcanzó la cifra de 49.919 piezas de las cuáles, 40.271, correspondieron a radio y 9.648 a televisión.

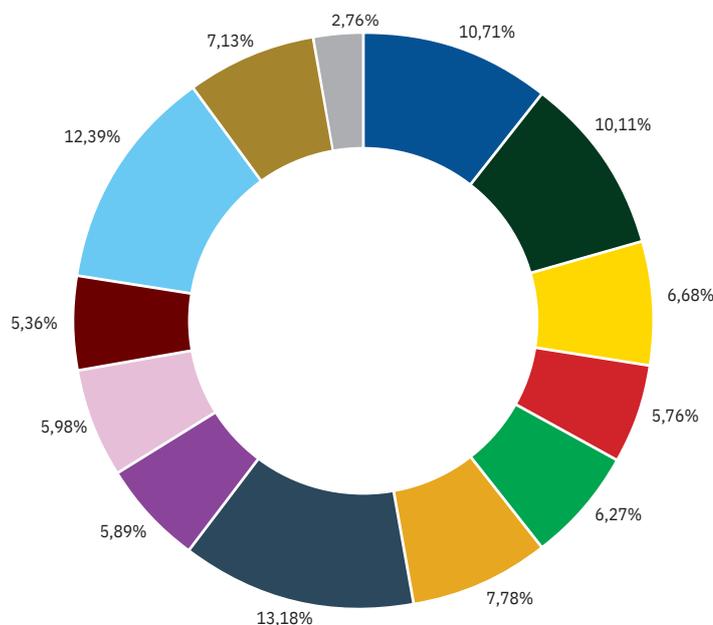
El objetivo de este monitoreo institucional era hacer una valoración de «adjetivos calificativos o frases idiomáticas» para distinguir entre «valoraciones negativas y positivas» de cualquier actor político. Nos dice el INE que en radio «de las 31.993 piezas informativas, se restaron las que pertenecen a los géneros opinión y análisis, y debate, lo que resulta en 28.558 piezas informativas. De éstas, 24.036 no tuvieron valoración por las conductoras, las reporteras, los conductores o los reporteros de los noticiarios. De las 4.522 piezas informativas valoradas, hubo 1.777 valoraciones positivas y 6.786 valoraciones negativas».

En cuanto en televisión «de las 1.034 piezas informativas se restaron las que pertenecen a los géneros opinión y análisis, y debate, lo que resulta en 967 piezas informativas. De éstas, 886 no tuvieron valoración por las conductoras, las reporteras, los conductores o los reporteros de los noticiarios. De las 81 piezas informativas valoradas, hubo una valoración positiva y 162

valoraciones negativas. De las 7.784 piezas informativas, se restaron las que pertenecen a los géneros opinión y análisis, y debate, lo que resulta en 7.405 piezas informativas. De éstas, 6.604 no tuvieron valoración por las conductoras, las reporteras, los conductores o los reporteros de los noticieros. De las 801 piezas informativas valoradas, hubo 178 valoraciones positivas y 1.270 valoraciones negativas»².

Como se puede apreciar, en ambos bloques de medios persisten las menciones negativas sobre las positivas de los actores políticos, lo que demuestra que estos frecuentemente juegan en favor o en contra de uno de ellos, y eso, cuando hablamos de la difusión de noticias, lleva el sello de la desinformación, el enturbiamiento y la parcialidad de un sector de los comunicadores y concesionarios.

Gráfico 2. Campaña para Diputados Federales. Tiempo de monitoreo por partido o coalición y candidaturas independientes.



Fuente: INE (2021). <https://monitoreo2021.ine.mx/inicio>

5. Teorías de la conspiración y *fake news*

Aun cuando el INE, mantuvo un control estricto en la aplicación en las pautas de radio y televisión, las redes sociales siguieron siendo su gran preocupación, en especial, por las llamadas «*fake news*» y las autoproclamaciones

2. Para una mayor información sobre el monitoreo de medios, véase: <https://monitoreo2021.ine.mx/inicio> (consultado el 11 de octubre de 2021).

de triunfo adelantadas» (Álvarez, 2021). Incluso el fenómeno de las noticias falsas que atenta contra las democracias ha sido motivo de preocupación en México (Magallón, 2019) y la ONU (UNESCO, 2021).

En ese espacio virtual circularon durante el proceso electoral todo tipo de teorías conspirativas y noticias falsas (Mansilla Corona, 2020) desde antes de que ocurrieran las elecciones concurrentes del 6 de junio. Se trataba de crear una atmósfera de desconfianza basada en la desinformación y, eventualmente, deslegitimar al INE y los resultados que prefiguraban los estudios demoscópicos que adelantaban un nuevo triunfo de la coalición «Juntos haremos historia».

Animal Político, un medio digital de gran influencia en la opinión pública, hizo ejercicios para identificarlas haciendo así una contribución, *fact-checking* de gran valor para la calidad del juego democrático.

Entre las teorías conspirativas se encuentra aquella del «bolígrafo cuya tinta se borra», en la que el creador llama al ciudadano a llevar su propio bolígrafo para sufragar a favor de sus candidatos. El INE salió al paso y aclaró que el mencionado bolígrafo no forma parte del paquete de materiales electorales³. «Sabemos que hackers rusos atacan los sistemas del INE, ya que el actual gobierno no aceptará los resultados de las elecciones de junio», alertó una cuenta identificada como @AnonymousMex_ unos días antes de la jornada electoral. Este mensaje fue negado inmediatamente por Anonymous Iberoamérica señalando que no procedía de su comunidad de hackers (Animal Político, 2021).

El conocido «fraude de carrusel», que consiste en una dinámica donde un ciudadano, que previamente vendió su voto, lleva a la urna papeletas que han sido cruzadas a favor del partido y candidatos de quien teóricamente le ha pagado por su fraude. Este sustrae boletas en blanco para ser cruzadas y entregadas al siguiente votante bajo control. Y la versión del mecanismo fraudulento circuló a través de un video por las redes sociales buscando provocar desconfianza contra el sistema de partidos y desincentivar la participación ciudadana. Además, en una cadena de WhatsApp circuló el mensaje de que cualquier persona podía votar con la credencial de otra persona. El INE lo desmintió y señaló lo que es una obviedad: la credencial para votar tiene fotografía y las urnas están vigiladas por funcionarios y representantes de partido e incluso, en muchos casos, por observadores electorales.

Otra más en redes sociales fue en la que se «alertaba» desde el extranjero que las boletas para votar a los diputados federales «no habían llegado» y que éstas iban a ser utilizadas fraudulentamente en México. Esta información falsa no correspondía a la realidad. En el llamado «voto en el extranjero» en elecciones federales solo son elegibles el presidente y los senadores de la República. Y en el caso de las elecciones estatales, no en todos, existe este tipo de votos. Otros usuarios de las redes sociales «alertaban» sobre que el INE preparaba las urnas electrónicas para cometer fraudes electorales. El INE respondió que la autenticidad del voto en este sistema «está garantiza-

3. Véase: <https://www.animalpolitico.com/elsabueso/video-pluma-se-borra-fuego-no-es-mexico/> (consultado el 11 de octubre de 2021).

da» porque no está conectada a internet y es auditada por especialistas del Instituto Politécnico Nacional, y supervisada la votación en el acto por los funcionarios y representantes de partidos de cada casilla.

6. Fact-checking 2021

A diferencia de los comicios de 2018 que provocaron que 90 organizaciones civiles y universidades (Magallón, 2019) se organizaran para combatir las «noticias falsas», en las elecciones de 2021, hasta donde logró ver esta investigación, no se dio este tipo de confluencia por la salud democrática, solo en algunas regiones del país⁴ hubo intentos serios por evitar la desinformación en materia electoral.

De aquel primer intento de trabajo colaborativo quedan para la memoria colectiva los intentos reiterados de los adversarios de López Obrador por vincularlo con los gobiernos venezolanos de Hugo Chávez y Nicolas Maduro; asimismo, el supuesto apoyo de Vladimir Putin a la campaña de López Obrador; incluso, el señalamiento de que la familia de Beatriz Gutiérrez Müller, la esposa del presidente López Obrador, habría tenido antecedentes nazis;

O en otro sentido, el falso señalamiento de que la esposa de Ricardo Anaya tenía parentesco con el ex presidente, Carlos Salinas de Gortari; o la encuesta fantasma de *The New York Times* en donde, José Antonio Meade, el candidato de la coalición hegemónizada por el PRI era el favorito con un 42% de intención de voto, lo que resultó falso porque nunca hubo la mencionada encuesta y todo, se redujo a propaganda política; incluso, al Papa Francisco, se le involucró en la campaña presidencial, con la supuesta expresión atribuida al máximo pontífice de que «Las ideologías de AMLO, son dictaduras que no sirven», que también resultó falsa.

Ya en las campañas de 2021, la tensión principal se originó en la relación del presidente López Obrador con las autoridades del INE y estas tuvieron cuatro momentos estelares en un duelo de poderes:

Una, el Consejo General del INE, tomó la decisión polémica de introducir medidas para fortalecer el «principio de representatividad en la Cámara de Diputados», luego de que consideraron que el sistema de representación proporcional no garantizaba el cumplimiento de los límites constitucionales porque favorecía la sobrerrepresentación del partido más votado.

Técnicamente esta sobrerrepresentación se lograba con el registro de candidatos morenistas por los otros partidos de la coalición, pero una vez logrado el triunfo se sumaban a la fracción parlamentaria. Esto evidentemente provocó protestas en Morena y en especial, del presidente López Obrador, que cuestionó severamente la decisión, pero, estas medidas adicionales que fueron controvertidas por Morena en el TEPJF, fueron confirmadas por una-

4. La iniciativa tuvo el respaldo y financiamiento del Consorcio para Apoyar el Periodismo Regional en América Latina (CAPIR) liderado por el *Institute for War and Peace Reporting* e integrado por Animal Político, Data Crítica, Armando.info, Vinland y la Fundación Karisma.

nimidad, elevando la tensión entre la Presidencia de la República y el INE, además, del tribunal jurisdiccional.

Esta decisión afectaba la posibilidad de alcanzar la mayoría calificada en la próxima legislatura, lo que al final sucedió, ya que le faltaron 56 diputados para lograrlo provocando un gobierno sin mayoría que planteaba desafíos para sacar adelante políticas que exigían mayorías calificadas.

Dos, la cancelación de los registros de los candidatos de Morena en los estados de Guerrero y Michoacán, bajo el argumento de que estos no habían presentado sus informes de gastos de precampaña. Esta decisión propició nuevamente una reacción en la Presidencia de la República acusando de que era excesiva la sanción e ilegal. Morena argumentó a su favor que no había gastos de precampaña porque en esos estados no hubo competencia interna y desde siempre fueron candidatos oficiales, no obstante, estos debieron ser sustituidos en medio de la polarización y las amenazas contra los consejeros electorales.

Tres, la noche del 3 de mayo, la línea 12 del Metro de la Ciudad de México colapsó dejando un total de 26 personas fallecidas y decenas de personas lesionadas, un hecho inesperado que tiene explicaciones técnicas pero que tendría un efecto electoral en los comicios de principios del mes de junio. La capital del país está gobernada por Claudia Sheinbaum del partido Morena, quien es una aspirante fuerte para suceder en el cargo al presidente López Obrador. Es más, se dice que es la candidata de AMLO. Al margen de especulaciones, lo ocurrido aquella noche provocó un varapalo electoral en el principal bastión del morenismo. Ocho de las dieciséis alcaldías las perdió la coalición oficialista y la ganó la coalición «Va por México». AMLO explicó la derrota de la siguiente manera: «En el caso de la Ciudad (de México) hay que trabajar más y tener en cuenta que aquí hay más bombardeo de medios de información, aquí es donde se resiente más la guerra sucia. (...) Aquí está todo, siempre les he dicho, ponen el radio y es en contra, aturden y confunden, es propaganda, día y noche en contra», y;

Cuatro, la consulta popular, celebrada el 1 de agosto, que tenía como objetivo conocer la opinión de los ciudadanos sobre juzgar o no, a los últimos cinco expresidentes del llamado periodo neoliberal (de Carlos Salinas de Gortari a Enrique Peña Nieto), que resultó un fracaso por la baja participación pues escasamente movilizó a 663.208 personas que equivale al 7,11% de la lista nominal.

A pesar de que los resultados mostraron la escasa capacidad de movilización de Morena, el presidente López Obrador acusó el 7 de mayo al INE del nivel de participación por la baja difusión a la convocatoria y refrendó en su conferencia matutina que el INE es «de lo más ineficiente y parcial y se tiene que renovar el sistema electoral mexicano».

El presidente volvía a la carga contra el árbitro electoral. Sin embargo, los resultados electorales del 6 de junio, no le dieron para tener la mayoría absoluta y menos la calificada con sus aliados, ya que solo alcanzaron 278 de los 500 diputados, lo que hacía prácticamente imposible lograrlo frente a una oposición que, al menos, en este tema se encuentra cohesionada. No

pudiendo decir lo mismo en la llamada «contrarreforma eléctrica», donde el PRI está dividido y el Gobierno obradorista pudiera obtener apoyos de un sector de este partido.

En este interín tenemos que la sociedad mexicana continuó su proceso de polarización y esto era más notorio en las redes sociales donde uno y otro bando se confrontaban todos los días a través de la desinformación de las *fakes news*, los memes, *bots* y *trollers*. Sobre todo, después de las conferencias mañaneras donde el presidente un día sí y otro también, se enfrentaba a enemigos reales o ficticios, lo que mantenía permanentemente una atmósfera de tensión política que generaba brotes de inestabilidad recurrentes en un contexto donde la gente se resguardaba en sus hogares para evitar contagiarse del COVID-19 y eso le daba otra visión de la política electoral que caminaba por rutas novedosas.

7. Reflexiones finales

La pandemia de la COVID-19 está sacudiendo al mundo y, en particular, a México, donde se calcula en millones los contagios y ha costado la vida, según una cifra oficial en el momento de cerrar este ensayo, a más de 280.000 personas.

El fenómeno ha provocado una mayor desigualdad en el acceso al consumo y los servicios públicos, especialmente, los de salud, que se han quedado cortos ante la demanda creciente y compleja por las secuelas del virus. Simplemente al cerrar este ejercicio de análisis la aplicación de la vacuna estaría lejos de alcanzar a la mayoría de los mexicanos. Se ha aplicado más de 105 millones de vacunas y solo 46 millones de mexicanos completaron su esquema de vacunación (Díaz, 2021).

El mercado laboral dio paso al llamado «*home-office*» que transformó el espacio privado en un espacio laboral. El mercado de bienes y servicios pasó al mercadeo en línea, provocando la quiebra de miles de pequeñas y medianas empresas y el fortalecimiento de las grandes corporaciones multinacionales.

La política terminó por abandonar el espacio público para instalarse cómodamente en el ciberespacio y la virtualidad, incluso, se convirtió en el terreno natural de los *influencers* que el INE sancionó con multas a los partidos que los contrataban (Animal Político, 2021) como fueron los casos del Partido Verde y el candidato a gobernador de Nuevo León, por el partido Movimiento Ciudadano que fueron sancionados por la autoridad por el papel que jugaron los llamados *influencers* (El Financiero, 2021).

En el caso mexicano, el mejor ejemplo, son las conferencias mañaneras del presidente López Obrador, que lentamente lo han venido alejando de los grandes públicos a los que estaba acostumbrado todavía hasta la campaña electoral de 2018, y ahora, sus desplazamientos por el territorio nacional están más calculados de manera que eviten en lo posible los contactos masivos, pero, más recientemente, el presidente López Obrador ha vuelto a la plaza

pública como sucedió el 1 de noviembre para festejar el tercer año de su gobierno.

Afortunadamente el binomio IFE-INE había hecho la transición al nuevo de comunicación política y ahora está basado preferentemente en la digitalización que, sin duda, empobrece la política, porque el debate público ha sido sustituido paulatinamente por una imagen vistosa, una frase corta y creativa, el monólogo discursivo, el lema de campaña pegador, la bandera del partido, el logo de una marca o una sonrisa largamente ensayada de manera que la oferta electoral queda, frecuentemente, endosada a una imagen mercadológica o a la voluntad de un personaje todopoderoso.

En ese imaginario diseñado pacientemente, las instituciones públicas pasan a un segundo plano o mejor, sus agentes temporales resisten, buscando sobrevivir en medio del cerco mediático y la polarización. Los tiempos de la pandemia, entonces, si bien tuvieron muestras notorias de la solidaridad humana también ha sido un tiempo favorable para la demagogia de un lado y otro de la geometría política.

En definitiva, la digitalización avanzó rápidamente a la par de la pandemia creando una suerte de hermandad donde, por un lado, se reconfigura el mensaje político y, por el otro, activa la participación ciudadana en tiempos que, para muchos, estaban llamados a contraerla, y lo mejor fue el resultado, porque la distribución del voto refrendó nuevamente la vena pluralista de la democracia mexicana en los tres niveles de gobierno.

Referencias bibliográficas

Aguirre Sala, J. F. (2021): *¿Qué es la democracia electrónica? La transición política por la transformación digital de la democracia*. México: Tirant lo Blanch.

Álvarez, R. (2021): «Fake news' y proclamaciones adelantadas preocupan al INE rumbo al 6 de junio». Recuperado de: <https://politica.expansion.mx/mexico/2021/06/04/fake-news-y-proclamaciones-adelantadas-preocupan-al-ine-rumbo-al-6-de-junio> (En línea) Último acceso el 11 de octubre de 2021.

Animal Político (2021, 19 de agosto): «Tribunal confirma multa al Verde: pagará 40 mdp y no tendrá spots en un año». Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/2021/08/tepjf-avala-sancion-pvem-uso-influencers-veda-electoral/> (En línea) Último acceso el 13 de octubre de 2021.

Animal Político (2021, 8 de abril): «Medios mexicanos hacen alianzas contra la desinformación en las elecciones de 2021». Recuperado de: <https://latamjournalismreview.org/es/news/medios-mexicanos-hacen-alianza-contr-la-desinformacion-en-las-elecciones-2021/> (En línea) Último acceso el 13 de octubre de 2021.

Animal Político (2021, 8 de abril) «Sinaloa y Chihuahua verifica». Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/2021/04/sinaloa-chihuahua-verifica-alianza-medios-desinformacion/> (En línea) Último acceso el 11 de octubre de 2021.

Animal Político (2021, 18 de mayo) «Este video de la pluma que se borra no muestra material electoral del INE para el 6 de junio». Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/>

- elsabueso/video-pluma-se-borra-fuego-no-es-mexico/(En línea) Último acceso el 11 de octubre de 2021.
- Animal Político (2021): «Voto electrónico: cómo se aplicará en estas elecciones, cuáles son sus beneficios y algunas críticas». Recuperado de: <https://www.animalpolitico.com/elsabueso/voto-electronico-elecciones-beneficios-criticas/> (En línea) Último acceso el 2 de octubre de 2021.
- BBC (2018): «Elecciones en México: 7 de las noticias falsas más sorprendentes que detectó 'Verificado 2018'». Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-44476959> (En línea) Último acceso el 11 de octubre de 2021.
- Congreso de la Unión (2016): *Ley General de partidos políticos*. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGPP_130420.pdf (En línea) Último acceso 21 de diciembre de 2021.
- Congreso de la Unión (2021): *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Recuperado de: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Constitucion_Politica.pdf. Consultado el 1 de octubre de 2021.
- Córdova Vianello, L. (2021): «Democracia digital: inclusión y participación política», Recuperado de: http://www.cronica.com.mx/notasel_uso_de_las_tic_potencia_los_derechos_politico_electorales_en_mexico__lorenzo_cordova-1205028-2021 (En línea) Último acceso el 1 de octubre de 2021.
- Córdova Vianello, L. (2013): «El modelo de comunicación político-electoral mexicano». *Revista Derecho Electoral*, 16: 259:278. Tribunal Supremo de Elecciones de Costa Rica. Recuperado de: https://tse.go.cr/revista/art/16/cordova_vianello.pdf (En línea) Último acceso el 1 de octubre de 2021.
- Córdova Vianello, L. y Murayama Rendón, C. (2006): *Elecciones, dinero y corrupción: Pemexgate y Amigos de Fox*. México: Cal y Arena.
- Díaz, R. (2021): «Informe COVID-19 en México al 7 de octubre: reportan 514 muertes nuevas». Recuperado de: <https://www.sdpronoticias.com/mexico/informe-COVID-19-en-mexico-al-7-de-octubre-reportan-514-muertes-nuevas/> (En línea) Último acceso el 13 de octubre de 2021.
- Domínguez, P. (2021): «AMLO reconoce derrota de Morena en CdMx; aquí sí ha tenido efecto la guerra sucia». Recuperado de: <https://www.milenio.com/politica/amlo-reconoce-derrota-morena-cdmx-habido-guerra-sucia> (En línea) Último acceso el 13 de octubre de 2021.
- El Financiero (2021, 22 de julio): «INE multa a Samuel García y MC por aportaciones indebidas de Mariana Rodríguez». Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2021/07/22/ine-multa-a-samuel-garcia-y-mc-por-aportaciones-indebidas-de-mariana-rodriguez/> (En línea) Último acceso el 13 de octubre de 2021.
- Easton, D. (1992): *Enfoques sobre teoría política*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Esteinou Madrid, J. (2010): «El nuevo modelo de comunicación política y sus consecuencias sobre las elecciones intermedias de 2009 en México». *Revista de la Facultad de Derecho de México*, 60(253): 141-218. Recuperado de: <http://historico.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/facdermx/cont/253/art/art12.pdf> (En línea) Último acceso 21 de diciembre de 2021.
- Hernández Norzagaray, E. (2021): *La tragedia del COVID-19 en Sinaloa*. México: UPES-Eds Lirio.
- IFE (2009): «El sistema integral para la administración de los tiempos del estado (SIATE)». Recuperado de: <https://portalanterior.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/>

UTSID/UTSID-InformacionSocialmenteUtil/MonitoreoMedios-SIATE/SIATE.pdf. (En línea) Último acceso 1 de diciembre de 2021.

INE (2021, 30 de marzo): «Numeralia del proceso electoral de 2020-2021». Recuperado de: <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/118602/numeralia-final05082021.pdf?sequence=3&isAllowed=y> (En línea) Último acceso 11 de octubre de 2021.

INE (2021, 4 de junio): «Modelo de comunicación política demostró su efectividad y madurez al lograr un cumplimiento superior al 99 por ciento de la trasmisión de spots». Recuperado de: <https://centralectoral.ine.mx/2021/06/04/modelo-de-comunicacion-politica-demostro-su-efectividad-y-madurez-al-lograr-un-cumplimiento-superior-al-99-de-la-transmision-de-spots/> (En línea) Último acceso el 1 de octubre de 2021.

INE (2021): «Monitoreo 2021». Recuperado de: <https://monitoreo2021.ine.mx/inicio> (En línea) Último acceso 21 de diciembre de 2021.

INEGI (2021): «Cuantificación de la clase media en México». Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/investigacion/cmmedia/doc/cm_desarrollo.pdf (En línea) Último acceso el 21 de diciembre de 2021.

Magallón Rosa, R. (2019): «Verificado México 2018. Desinformación y fact-checking en campaña electoral». Recuperado de: http://www.scielo.org/pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-09332019000100013 (En línea) Último acceso el 11 de octubre de 2021.

Mansilla Corona, R. (2020): «Teorías de la conspiración, fake news y el COVID-19», en *Las Ciencias Sociales y el coronavirus*. Ciclo de charlas y debates en torno a la pandemia mundial por coronavirus (COVID-19). México: COMECOSO.

March, G. J. y Olsen, J. P. (1997): *El Redescubrimiento de las instituciones. La base organizativa de la política*. México: FCE.

Mariñez, F. y Calzada, M. (2021): *Gestión pública y políticas públicas en tiempos de emergencia. Lecciones aprendidas de la pandemia COVID-19*. México: Tirant lo Blanch.

Meny, I. y Thoenig, J. C. (1992): *Las políticas públicas*. México: Ariel Ciencia Política.

UNESCO (2021): «Respuestas para combatir la desinformación en procesos electorales en Perú». Recuperado de: https://es.unesco.org/sites/default/files/informe_sobre_la_desinformacion_unesco_2021_1.pdf (En línea) Último acceso 11 de octubre de 2021.