
2018: AÑO DE ELECCIONES, AÑO DE REFLEXIONES

6 de junio

Los medios de comunicación

Mucho se ha escrito acerca de la calidad y el tipo de participación política como variables relevantes para explicar el déficit democrático de la vida pública en México. En contraste, ha habido poca discusión respecto al papel que juegan los medios de comunicación – y ahora también las redes sociales digitales—en este tema. Las estrategias de campaña de los partidos en democracia dependen cada vez más de la forma en la que los medios captan y transmiten sus mensajes hacia la audiencia. Esa realidad da lugar a relaciones particulares entre unos y otros donde, por un lado, se establece una relación de dependencia mutua, y, por otro, cada quien persigue objetivos propios. Más aún, plantea problemas de carácter ético en cuanto a los principios de equidad, transparencia, y libertad de expresión que deben caracterizar a las contiendas electorales democráticas. Estas dificultades adquieren una dimensión muy práctica para la autoridad electoral, en este caso, el Instituto Nacional Electoral, que es la instancia encargada de supervisar que estos principios se cumplan.

En México como en otros países, los cambios tecnológicos y sus repercusiones en las prácticas sociales han contribuido a transformar los modelos de comunicación política. En el segmento más joven del electorado (18-35 años), las redes digitales constituyen un instrumento fundamental sino primordial de información política. Esa nueva realidad plantea retos de imaginación importantes para los estrategas que diseñan los planes de campaña. Pero también significa un desafío para la autoridad electoral cuyo modelo de regulación de la publicidad sigue basado en un paradigma de prensa escrita y de medios de tele y radiodifusión. De la misma manera, el nuevo modelo que se consolidó con la democratización de la circulación de la información plantea problemas éticos como, por ejemplo, el de la veracidad de la información. Son apenas algunos de los temas que serán objeto de discusión en esta sesión del seminario.

Cabe mencionar que esta sesión se realiza en colaboración con el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, en un esfuerzo por abordar los temas más relevantes respecto a la compleja relación entre elecciones y medios de comunicación.