Universidad Iberoamericana Puebla

Repositorio Institucional **http://repositorio.iberopuebla.mx**

Materiales de Divulgación Productos Mediáticos

Entre la libertad de expresión y la propaganda encubierta

Cruz Isidoro, Cuauhtémoc

2016-12-14

http://hdl.handle.net/20.500.11777/2633

http://repositorio.iberopuebla.mx/licencia.pdf

Entre la libertad de expresión y la propaganda encubierta

14/12/2016 04:00
Publicado por **Cuauhtémoc Cruz Isidoro**

La reforma electoral de 2007 parecía ser un duro golpe para los medios de comunicación. La prohibición para que los partidos políticos pudieran adquirir espacios en los medios electrónicos (radio y televisión) y la regulación de la propaganda electoral a través de los tiempos de Estado, parecían poner en riesgo los grandes negocios de las empresas mediáticas.

En aquel momento, empresarios y conductores, encabezados por Joaquín López Dóriga y Javier Alatorre, acudieron ante el Senado de la República a defender su “libertad de expresión”. Una Paty Chapoy exponía ante los legisladores su miedo porque los cambios legislativos la convirtieran en “culpable o criminal” por decir que el entonces gobernador del estado de México “era guapo o algún otro político era farsante”. A casi una década de aquella escena, dichos cambios constitucionales no fueron una limitante para que los consorcios mediáticos continuaran recibiendo grandes cantidades de recursos públicos.

El nuevo mercado se enfocó ya no en los partidos políticos, sino en aquellos personajes que, desde un cargo público, buscaban fortalecer sus aspiraciones políticas. La compra de espacios (o las menciones o referencias al aire) ya no serían en los segmentos comerciales, sino que se incorporarían en los programas informativos e incluso en los programas de espectáculos y deportivos. Como claro ejemplo de ello está el “modelo Peña Nieto”, ampliamente documentado por el periodista Jenaro Villamil.

Desde hace unas semanas acudimos a un nuevo capítulo en la “defensa de la libertad de expresión” de los medios y los políticos con aspiraciones políticas. Ahora el conflicto es entre el Instituto Nacional Electoral (INE) y el gobernador de Puebla por las resoluciones emitidas por el órgano electoral en contra de la promoción realizada por el panista en medios de comunicación, entre ellos, una entrevista difundida por Televisa.

Aprovechando los vacíos existentes en la legislación electoral y bajo el escudo de la “libertad de expresión” y el “ejercicio periodístico libre”, las empresas mediáticas encontraron la forma de seguir haciendo negocio con nuestra incipiente democracia.

Es esa delgada línea que separa al ejercicio periodístico profesional y ético, de la propaganda encubierta, que sumada a la opacidad y discrecionalidad con la que se otorgan los contratos de publicidad oficial, lo que ha permitido que políticos se promocionen en portadas de revistas o entrevistas a modo con cargo al erario público.

El paso dado por el INE para regular y sancionar la promoción electoral encubierta y anticipada es importante y sentará un precedente, pero es fundamental que el asunto pase al lado legislativo para que el Congreso establezca, en las leyes, los mecanismos de protección que garanticen, sin atentar contra la

libertad de expresión y respetando los derechos de las audiencias, que no sigamos recibiendo propaganda electoral disfrazada de información.