

#### IV. PRESUPUESTOS PARA EL ANÁLISIS DE LA TENSIÓN ENTRE LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y PROPAGANDA ELECTORAL

Del análisis de las aristas de los conceptos en estudio, vale la pena destacar que cada uno de ellos guarda una función específica que pareciera ser relevante para la tarea de interpretación en sede jurisdiccional, en la medida en que la Ley del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral destaca en su artículo 2, párrafo 1 que las cuestiones litigiosas se resolverán atendiendo a la técnica interpretativa funcional (además de la gramatical y la sistemática).

A grandes rasgos, se advierte que la libertad de expresión tiene su rasgo distintivo en fungir como un vehículo para la libre manifestación de las ideas, con la finalidad de garantizar el libre desarrollo de una comunicación pública. En su aspecto democrático, mantiene abiertos los canales para el disenso y el cambio político, al contribuir a la formación de la opinión pública sobre asuntos políticos y a la consolidación de un electorado debidamente informado, en la medida en que representa el escrutinio ciudadano a la labor pública. Aunque muchas de las veces el discurso amparado por la libertad de expresión tiene un propósito crítico, ello no es un rasgo distintivo para considerarle como tal.

Por su parte, si bien puede considerarse a la propaganda electoral como un ejercicio de la libre expresión en tanto manifestación de una idea, su rasgo distintivo se encuentra en la intención de la acción comunicativa: es una clase de discurso que se caracteriza por su propósito persuasivo, ya sea en sentido positivo (obtener el voto del electorado en favor de alguna opción política) o negativo (desalentar el sufragio hacia una diversa alternativa electoral). Ya sea a través de la presentación de candidaturas, la discusión de plataformas electorales o la promoción de la imagen política, la propaganda electoral conlleva el ánimo de invitar a la acción.

Una ruta para trazar la distinción entre un ejercicio de la libertad de expresión y uno propagandístico esboza en retomar las ideas de la clásica obra de la filosofía del lenguaje,

“Cómo hacer cosas con palabras”, en la que *J.L. Austin*<sup>12</sup> propone una teoría de los actos de habla, que divide a los enunciados en dos grandes clases: constatativos y performativos.

A grandes rasgos, se puede afirmar que los primeros son meramente descriptivos, pues se limitan a dar cuenta de tal o cual situación (en este sentido, son informativos<sup>13</sup>), mientras que los segundos son prescriptivos, pues al enunciarse pretenden lograr una acción en el mundo (como pudiera ser dictar una orden o hacer una petición, por ejemplo). De tal forma, mientras que la libertad de expresión se manifiesta a través de actos del habla constatativos (o incluso performativos, cuando no conllevan un propósito electoral), la propaganda electoral se genera a partir de actos performativos en los que se prescribe al receptor del mensaje que intencione su voto de tal o cual manera. En suma, el criterio de distinción se traza en el propósito de la acción comunicativa.

Sin embargo, decir lo anterior tal vez es dejar el problema en el aire. Definir si un mensaje tiene o no el propósito de promocionar el voto es una tarea compleja que requiere del análisis contextual del mensaje. Entre otros elementos, es menester considerar las dimensiones semánticas, sintácticas y pragmáticas del lenguaje; las características particulares del emisor; el contexto temporal, espacial y social en el que se inserta; el auditorio hacia quien se dirige; la historia comunicativa del programa en el que se difunde el mensaje; entre otros.

Si lo que se busca es determinar si un mensaje tiene o no el propósito de promocionar una opción política, es importante resolver prudentemente cómo es que una persona razonable apreciaría el mensaje. Si lo que el andamiaje normativo pretende es precisamente que los medios de comunicación (radio y televisión), fuera del tiempo que administra el Estado, no se utilicen como plataformas para difundir un mensaje de corte electoral, necesariamente debe adoptarse el punto de vista del auditorio, pues ello atiende al fin social que se busca con la construcción legal: evitar que el electorado reciba una influencia inequitativa.

---

12. *Vid.* AUSTIN, John L, “Cómo hacer cosas con palabras.” Paidós Ibérica, 1ª edición. España, 1982

13. *Cfr.* la definición sobre el lenguaje prescriptivo en: SANTIAGO NINO, Carlos, “Introducción al análisis del derecho”, Editorial Ariel, 1ª edición. España, 2001. Pág. 63.

Por ello, también es importante distinguir entre dos aspectos del discurso que en ocasiones se prestan a confusión: el propósito y el efecto. Mientras que el primero tiene que ver con la finalidad que el emisor del mensaje pretende crear en el auditorio, el segundo se relaciona con lo efectivamente logrado a través de la acción comunicativa. El primero es un ánimo intencional, mientras que el segundo es un resultado no necesariamente causal.

En materia electoral, ello es especialmente relevante a la hora de concebir cómo es que la gente razona el voto. Por ejemplo: supóngase que para una determinada persona, la personalidad de un candidato será la razón principal que guíe su intención; si alguien más se expresa en el sentido de calificar a ese candidato como alguien deshonesto, y tal información es considerada como veraz por la persona en cuestión, ello tendría el efecto de guiar su voto hacia alguna otra opción política. En este caso, se estaría ante un acto de habla constatativo (pues simplemente brinda información), del que no se puede desprender razonablemente (al menos así, descontextualizado) que su único y principal propósito sea el de sugerir el voto en tal o cual sentido, aún y cuando su efecto real haya sido el de generar en el electorado un efecto sobre el voto. Es una llana declaración que no podría considerarse propaganda electoral, sino un ejercicio de libertad de expresión de carácter crítico.

Así como el anterior, se pueden poner muchísimos otros ejemplos, puesto que es una cuestión natural del pensamiento el estar siempre activo y derivar conclusiones a partir de la información que se brinda en el mundo, aún y cuando ésta no esté especialmente dirigida a promover la inferencia. Además, el pensamiento humano no es necesariamente racional, en el sentido de estar mecanizado de forma deductiva.

Por lo tanto, se necesita ser especialmente cauteloso a la hora de determinar si una específica pieza de información evidencia un propósito específico. A final de cuentas, y en estricto sentido, determinar el propósito del mensaje es una cuestión ajena a la evidencia objetiva y directa (pues para ello el único camino sería preguntar directamente al emisor del mensaje cuál fue su intención), por lo que se debe adoptar el punto de vista de la persona razonable. Hay que recordar que la interacción comunicativa es una cuestión social que se genera bajo

el presupuesto de que todas las personas razonables comparten, aunque fuere mínimamente, las ideas esenciales y necesarias para descifrar los mensajes.

## V. COBERTURA INFORMATIVA: CINCO CASOS DIFÍCILES

Diferenciar entre propósito y efecto ha sido clave para la Sala Especializada a la hora de juzgar contenidos mediáticos sometidos a su jurisdicción, pues en varios casos que se presentaron por la vía del procedimiento especial sancionador se denunció lo que se estimaba como propaganda electoral, ya sea en radio o televisión, con motivo de la difusión de mensajes emitidos por diversos profesionales del periodismo, tales como comentaristas, noticieros, analistas y reporteros, en el contexto de la transmisión de sus programas.

En los siguientes casos, la problemática jurídica exigió distinguir entre ejercicios legítimos de libertad de expresión y propaganda electoral de corte implícito en el contexto de la actividad periodística. Por tanto, aunados a los problemas de interpretación del contenido normativo y de calificación de los hechos, se reflexionó acerca de la relevancia de la calidad de periodistas de los sujetos denunciados para juzgar cada caso.

En cuanto al tema, la Corte Interamericana de Derechos Humanos ha señalado que el periodismo en una sociedad democrática, representa una de las manifestaciones más importantes de la libertad de expresión e información.

El mencionado órgano jurisdiccional ha referido que las labores periodísticas y las actividades de la prensa son elementos fundamentales para el funcionamiento de las democracias, ya que son los periodistas y los medios de comunicación quienes mantienen informada a la sociedad sobre lo que ocurre y sus distintas interpretaciones, condición necesaria para que el debate público sea fuerte, informado y vigoroso.<sup>14</sup> De esta forma, es claro que una prensa independiente y crítica es un elemento fundamental para la vigencia de las demás libertades que integran el sistema democrático.<sup>15</sup>

---

14. *Caso Herrera Ulloa Vs. Costa Rica*. Sentencia del 2 de julio de 2004. Serie C No. 107, párrafos 117 y 118.

15. Informe No. 50/99. Caso 11.739. *Héctor Félix Miranda*. México. 13 de abril de 1999, párrafo 42; CIDH. Informe No. 130/99, Caso 11.740. *Víctor Manuel Oropeza*. México. 19 de noviembre de 1999, párrafo 46.