

TEMA

PROPAGANDA ELECTORAL DISTINTA A RADIO Y TELEVISION

Una de las problemáticas actuales que derivan de la multiplicidad de medios de comunicación, lo constituye el que se utilizan todos los que la tecnología moderna ha implementado, partiendo de la invención del radio y la televisión.

Dentro de esta temática encontramos los medios de comunicaciones impresas, visuales urbanas y rurales, así como los electrónicos, para lo cual encontramos como ejemplo de los primeros la propaganda efectuada por medio de papeletas que se distribuyen abiertamente en cruceros de calles, el paso de caminos o al ingresar en algún negocio o centro cultural.

En cuanto a los segundos, destacan los que se emplean utilizando pintas en muros, carteles, anuncios espectaculares, publicidad móvil, vista aérea en cola de avionetas, emblemas adheridos a carrocerías de coches, etc.

En tercer lugar, nos encontramos con los medios electrónicos de alta tecnología, como el internet, la telefonía o la mensajería por celular.

Estas tres formas de comunicación colectiva, entrañan una libre distribución de tiempos y espacios que no se encuentra bajo control de las instituciones electorales que administran espacio proporcional y

equitativo para la contienda entre partidos políticos, principalmente previo a las votaciones.

Esto provoca inquietud entre los participantes electorales, pues hasta establecerse una regulación sobre ello, se podrá hablar de una auténtica igualdad en la diseminación de la persona del candidato, plataforma política, identidad partidista, plan de gobierno, criterios sociales y propuestas a la ciudadanía.

Ello hace necesario regular cada espacio que se utilice, sin importar el medio de comunicación empleado, pero siempre con la supervisión del Instituto Electoral, a fin de resguardar la garantía de igualdad entre los partidos políticos participantes en las elecciones.

La presente propuesta va encaminada a modificar los artículos relativos de la Ley Electoral del Estado, la atribución para que el Instituto regule, coordine y audite todo medio encaminado a comunicar a la ciudadanía, de cualquier forma expresiva política para favorecer al candidato de cada partido que entra en la contienda electoral, a fin de resguardar tiempos y espacios proporcionales que no implique desventaja sino equitativa distribución de todo aquél elemento que le imprima atención para el conocimiento de las personas y propuestas de los candidatos, respetando el contenido pero limitando la amplitud de espacios y contando los tiempos que se inviertan para cada aviso de propaganda entre partidos.

Juntamente con lo anterior, se deberán aplicar multas para cualquier exceso en los espacios o tiempos regulados, precisando

para ello los medios que se encontrarán autorizados y en su caso los tiempos en los cuales podrá ser postulada la propaganda política.

ATENTAMENTE

SAN PEDRO, COAHUILA; 08 DE ABRIL DE 2010



LIC. VERONICA RUIZ YAÑEZ