

EL USO INDEBIDO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EL ABUSO DEL PODER ECONÓMICO

Fernando Neves*

SUMARIO: I. Introducción; II. Reglamentación de las emisoras de radio y televisión; III. Vehículos impresos de comunicación; IV. Los políticos y la propaganda electoral.

I. INTRODUCCIÓN

La justicia electoral siempre se ha ocupado, cada vez con más empeño, en combatir y punir prácticas que puedan influenciar indebidamente a los electores y el resultado del pleito electoral, como el abuso del poder económico, el abuso del poder político y el uso indebido de los medios de comunicación social.

Mucho se ha hablado sobre todo esto, y son copiosas la doctrina y la jurisprudencia al respecto.

El Tribunal Superior Electoral ha enfrentado muchos casos de uso indebido de los medios de comunicación social, profiriendo decisiones interesantes y significativas, que merecen ser comentadas.

Este es un tema muy rico y merece la atención de todos los involucrados en la elección, candidatos, partidos políticos y electorado, ya que esa forma de abuso es muy eficaz en lo que se refiere a influenciar las elecciones.

Muchas veces el uso indebido de los medios de comunicación social pasa inadvertido, ya que la caracterización de esta práctica no es simple ni evidente.

Esto es así porque la actividad inherente a los medios de comunicación es informar a la población sobre todos los asuntos que le interesan a esta, incluyendo, evidentemente, asuntos políticos y electorales.

Es bueno aclarar que las emisoras de radio y televisión tienen tratamiento diferente de aquel que es dado por el legislador a la prensa escrita.

II. REGLAMENTACIÓN DE LAS EMISORAS DE RADIO Y TELEVISIÓN

Las reglas para radio y televisión son muy rígidas, con una serie de prohibiciones que deben ser observadas a partir del 1º de julio del año electoral, las cuales se derivan del gran alcance e influencia que ejercen sobre la población y, principalmente, del hecho de que las emisoras dependen de autorización del gobierno para funcionar.

Por eso, cuando se trata de reportaje divulgado por radio o televisión, es necesario un control rígido y una absoluta prohibición de favorecer a uno u otro candidato, a uno u otro partido político, pues, como dije, son actividades ejercidas bajo el control del Poder Ejecutivo y, por lo tanto, debe tenerse el mayor cuidado para que no sean utilizadas en interés de autoridades.

III. VEHÍCULOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN

Cuando se trata de publicación en vehículo impreso de comunicación, si se usa la terminología adoptada por el constituyente, de propiedad de empresa privada, el tratamiento será diferente, en la medida en que la legislación electoral no impide que un periódico defienda una u otra línea doctrinaria.

Como consecuencia de eso, los *vehículos impresos de comunicación* pueden asumir posición en relación con los pleitos electorales y a sus participantes, sin que ello, por sí solo, caracterice a la propaganda irregular o al uso indebido de los medios de comunicación social.

* Ministro del Tribunal Superior Electoral de Brasil.

Los reportajes que tienen como objetivo noticiar e informar hechos de interés de la colectividad se insertan entre aquellos que son actividades inherentes a los periódicos y demás vehículos impresos de comunicación.

De esta forma, noticias, entrevistas y otros reportajes que traten sobre actividades de la administración pública y de sus gestores son comunes, así como sobre parlamentarios y demás hombres públicos.

IV. LOS POLÍTICOS Y LA PROPAGANDA ELECTORAL

En realidad, los políticos, por la actividad que desempeñan, son siempre notados y noticiados.

Es difícil separar la simple exposición del hombre público —que es normal, ya que de una u otra forma representa al pueblo y a él debe satisfacerse— de la propaganda electoral anticipada o del abuso del poder económico o, inclusive, del uso indebido de los medios de comunicación social con fines electorales.

Los parlamentarios tienen sus bases electorales en municipios o regiones cuyos intereses tratan de defender, especialmente tratando de obtener recursos para obras o programas. Es natural, por lo tanto, que ellos traten de informar a la población sobre su actuación. Esa rendición de cuentas tiene también el objetivo de mantenerse expuesto, con un claro fin electoral, sin que eso pueda ser considerado ilegal, ya que aquel que entra en la carrera pública, en virtud de que el mandato es cumplido por tiempo limitado, está siempre pensando en la próxima elección.

Esa rendición de cuentas puede ser hecha de diversas formas, por la prensa escrita, por las emisoras de radio o de televisión, o inclusive por medio de publicaciones remitidas a la población.

Entretanto, si en programas regulares de la emisora o en la prensa escrita, se destacara de forma excesiva el nombre del candidato, aunque no estuviera relacionado directamente con la elección —sin referencia al cargo deseado o a pedido de votos, como, por ejemplo, en temas sobre el día de las madres o la administración local—, puede quedar configurado el uso indebido de los medios de comunicación social.

En tesis, es posible la caracterización de abuso del poder económico y el uso indebido de los medios de comunicación si el candidato apareciera sistemáticamente en reportajes, siempre de forma elogiosa, siendo enaltecida su actuación o, al contrario, si determinado candidato fuera siempre presentado de forma despreciativa.

En fin, el uso indebido se configura por la utilización de los medios de comunicación social, incluidas ahí las emisoras de radio, televisión y la prensa escrita, de forma relevante, con el objetivo de beneficiar o de perjudicar determinada candidatura.

Como en toda forma de abuso, debe quedar claro que hubo exceso en la utilización del medio de comunicación.

Ese exceso o depreciación es difícil de ser verificado. Depende de una serie de factores, entre los cuales se puede citar la importancia dada al reportaje, a la duración o al tamaño de la noticia, al prestigio y a la popularidad de la emisora o del periódico y al alcance, o sea, a la parcela de la población alcanzada.

Lo que se da en una situación como esa es la utilización de un medio de comunicación social, no para fines de informar y de proporcionar el debate de temas de interés comunitario, sino para exponer a un determinado candidato con fines electorales, es decir, se desvirtúa el uso del vehículo de comunicación.

Esa conducta podría desequilibrar el pleito debido a la influencia que el electorado sufriría en relación con ese candidato, en perjuicio de los demás candidatos que no tuvieron el mismo acceso a la programación de la emisora o a los reportajes de la prensa escrita.

No se presta para ello un hecho único y aislado, que no tendría repercusión suficiente para influir en el equilibrio de la disputa electoral, incluso siendo ilícito, como es el caso de la emisora, de radio o de televisión, que divulgue propaganda electoral irregular. El artículo 45 de la Ley n° 9.504/97 establece expresamente en su § 2° sanción pecuniaria que será aplicada a la emisora que, entre otras conductas, dé tratamiento privilegiado a candidato o que divulgue propaganda política o difunda opinión favorable a algún candidato.

No sería impedimento para la demostración del abuso el hecho de que la mayor parte de los programas haya ocurrido antes del período electoral,

El uso indebido de los medios de comunicación social y el abuso del poder económico

porque lo que importa aquí, más que la fecha en la que ocurrieron los hechos, es la intención de sacar provecho electoral.

Finalmente, resta destacar que el uso indebido de los medios de comunicación social constituye, también, una interferencia del poder económico, porque

quien tiene el control sobre la empresa de comunicación está utilizando su poder económico en favor o en contra de determinado candidato, lo que resulta evidente siempre que la emisora o periódico pertenece a la familia del candidato, o a alguien ligado a él o que tenga interés directo en su elección.

