

Recibido: 27.11.2018 | Aceptado: 12.01.2019

**Palabras clave:** Campañas negativas, grupos de interés, grupos de presión, partidos políticos y opinión pública.

# Grupos de presión, opinión pública y campañas negativas

JUAN CARLOS RAMÍREZ SALAZAR

[lic\\_jcramirez@yahoo.com.mx](mailto:lic_jcramirez@yahoo.com.mx)

FACULTAD DE DERECHO ABOGADO PONCIANO ARRIAGA LEIJA, UASLP

En la actividad político electoral surgen varios actores como los que buscan el triunfo de un proceso de elección y, una vez concluido éste —cuando fueron reconocidos los triunfadores por parte de los organismos públicos electorales—, aparecen aquellos que procuran hacer prevalecer sus intereses en el diseño de legislaciones que les favorezcan. Es decir, por una parte tenemos a los partidos políticos y por otra a los grupos de presión.

Eduardo Andrade Sánchez, en su libro *Introducción a la ciencia política* (2012), señala que un grupo de presión es un agrupamiento de individuos con un grado de organización, que realizan acciones dirigidas a los mecanismos formales de decisión gubernamental (como las legislaturas estatales, el aparato administrativo e incluso la actividad jurisdiccional) con la intención de que les sean favorables a sus intereses o pretensiones (p. 172).

David Trumann y Paul Novack suelen llamarlos grupos de interés, y otros se inclinan por el término grupos de presión. El primero se identifica porque sus agremiados comparten intereses comunes como la protección al ambiente, la invalidez de disposiciones tributarias o la legitimación de ciertas conductas sancionadas penalmente (como

el aborto o el consumo de sustancias psicotrópicas); pueden realizar acciones conjuntas para defenderlos, como son las de facto que se transforman en manifestaciones que incluyen la toma de edificios públicos o la obstrucción de vías públicas (Andrade Sánchez, 2012, p. 173), que afectan a todos los miembros de la sociedad. El segundo tiene formas de actuar muy específicas, dirigidas a forzar a las estructuras gubernamentales para que se adopten medidas políticas que favorezcan sus intereses, por lo que puede aseverarse que el grupo de interés puede mutar o manifestarse como un grupo de presión, incluso existir de manera permanente.

### Grupos sociales de presión

En el ámbito social también se da la conformación de grupos de presión, como los sindicatos. En este rubro, y en relación con la actividad política, existen los grupos de cuadros que buscan atraer a un número sustancial de afiliados, de tal forma que el número de sus militantes sea un factor de apoyo y de presencia cuando se trate de ejercer presión. Por ejemplo, los movimientos étnicos, ecologistas, feministas o de respeto a la identidad sexual.

Es importante subrayar que una de las características de los grupos de cuadros es el nivel de educación o económico de sus participantes, como los grupos de intelectuales, cámaras de comercio o dirigentes industriales.

### Grupos de presión y partidos políticos

Los grupos de presión se mueven en el terreno político con la clara intención de obtener ventajas para sus integrantes. Por su parte, los partidos políticos influyen en la voluntad política y en la ocupación de puestos públicos. No es

una verdad oculta que los partidos políticos intervienen en la contienda electoral y en la administración directa del poder como grupo.

Las relaciones entre partidos políticos y grupos de presión pueden enunciarse de las siguientes formas: 1) subordinación de grupos de presión a los partidos políticos, 2) subordinación de los partidos políticos a los grupos de presión, y 3) establecimiento de relaciones igualitarias de cooperación.

La subordinación de los partidos políticos a los grupos de presión puede revestir dos formas, ya sea dependencia oficial u oculta. En la primera, las grandes organizaciones de masas conforman y orientan la acción de los partidos. La segunda se produce cuando el partido depende de grupos económicos o financieros que lo constituyen como instrumento de su acción política.

### Factores de poder y formas de actuar

El poder es el elemento característico de todo fenómeno político y el objeto central de estudio de la ciencia política; es la capacidad de una persona o un grupo para determinar, condicionar, dirigir o inducir la conducta de otros (Andrade Sánchez, 2012, p. 47). Aunado a lo anterior, la capacidad de influir efectivamente en las decisiones políticas se deriva de diversos factores que pueden actuar de manera autónoma o combinada, como: 1) la capacidad financiera, 2) El número de miembros, 3) la eficiencia de la organización, 4) el reconocimiento público, y 5) la calidad de los contactos.

En cuanto a las formas de actuar, se encuentran la persuasión y el *lobbying*. La primera consiste en una serie de

argumentos dirigidos a aquellas personas encargadas de tomar decisiones que sean favorables al grupo de interés (Andrade Sánchez, 2012, p. 180); llegan a un punto de soborno, amenazas o chantaje, como el empleo de grabaciones en audio o video. La segunda, con la expresión inglesa *lobby*, hace referencia al convencimiento que se ejerce de una manera más o menos discreta sobre legisladores o funcionarios en los pasillos o vestíbulos de edificios gubernamentales (lo que en México se conoce como "cabildeo") (Andrade Sánchez, 2012, p. 181).

Cabe mencionar que se hace un amplio uso de los medios de comunicación para penetrar y hacerse presentes en la sociedad, como la radio y la televisión, así como las redes sociales mediante el internet, herramienta mucho más económica y de gran expansión. De igual forma, tenemos las acciones directas como las huelgas y el "tortuquismo" o "burocratismo" para hacer más lentos los trámites administrativos, como una forma de resistencia.

Los grupos de presión pueden agruparse de la siguiente forma: a) grupos empresariales, b) grupos de agricultores, c) organizaciones de trabajadores, d) agrupaciones de profesiones liberales, e) agrupaciones religiosas, f) el ejército, g) las empresas transnacionales, y h) los medios de comunicación.

De acuerdo con las circunstancias sociales, culturales y económicas imperantes en cada país surgen diversas agrupaciones con diversos fines. Por ejemplo, en Estados Unidos de América (EUA), la American Rifle Association es un grupo importante que se opone a cualquier limitación aplicable a la posesión de armas de fuego, ya que algunos

sectores estadounidenses se oponen a su posesión y otros están a favor, oposición que deriva de una serie de hechos lamentables como los tiroteos en entornos educativos, el aumento de homicidios, así como las masacres en eventos públicos.

### Opinión pública y campañas negativas

Entre las formas de actuar de las entidades de interés público denominados partidos políticos, que buscan el acceso al ejercicio del poder público mediante el empleo e impacto que ejercen en los medios de comunicación en una contienda electoral. En este contexto destacan el tema de la opinión pública y las campañas negativas o de contraste. La primera es un juicio más o menos generalizado entre la población respecto a asuntos que son del conocimiento colectivo. No se refiere únicamente a cuestiones relacionadas con el gobierno (Andrade Sánchez, 2012 p. 59); es un concepto recogido y estudiado por la psicología social en la década de 1940 y encauzado más tarde al análisis del impacto que produce en la conducta de los votantes. Las segundas son definidas como “aquellas que se basan en el ataque o la crítica contra algún candidato o que se centran en comunicar los errores y debilidades de la otra parte, buscando denostar, denigrar o injuriar al opositor” (Buendía Hegewisch y Azpiroz Bravo, 2011, p. 23); pueden incluir cuestionamientos al gobierno en turno o a la oposición, así como señalamientos personales a la trayectoria de los candidatos. No deben confundirse las campañas negativas con el ejercicio de la libertad de expresión, que de acuerdo con el *Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales*, es un “Derecho constitucionalmente reconocido a todos los habitantes de una nación para publicar sus

ideas por la prensa o verbalmente, sin censura previa” (Ossorio, 2004, p. 576).

En México, en las elecciones de 2006, para el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación resolver los efectos sobre la opinión pública en la formación de las preferencias electorales se convirtió en galimatías (Buendía Hegewisch y Azpiroz Bravo, 2011, p. 25). Al realizar la calificación de la elección, la Sala Superior reconoció que los mensajes negativos habían afectado la contienda, particularmente al candidato de la Coalición por el Bien de Todos, integrada por los partidos de la Revolución Democrática (PRD), del Trabajo (PT) y Convergencia.

La autoridad precisó que es muy difícil saber en qué medida y, más aún, afirmar que se hubiesen transgredido derechos electorales básicos como la libertad del sufragio. El impacto de las campañas negativas en la intención del voto es una interrogante, considerando que los ciudadanos mantienen o cambian sus preferencias de voto, en función de diversas causas como las orientaciones cognitivas, que involucran los conocimientos acerca de las cuestiones políticas; las orientaciones afectivas, que comprenden los sentimientos, sensaciones de vinculación o rechazo con relación a las cuestiones políticas y las orientaciones evaluativas que implican las opiniones y juicios, elaborados a partir de ciertos criterios valorativos respecto de los acontecimientos políticos.

En muchas ocasiones los electores votan influenciados por el impacto y el estímulo que generan las campañas negativas, que pueden movilizar el voto indeciso que se ubica en las posiciones ideológicas de centro, al que se le atribuye ser clave para definir una elección.

No debemos suponer que una campaña negativa lleva al triunfo, por ejemplo, en el caso de Barack Obama en la elección para la Presidencia de EUA en 2008, su opositor John McCain presentó *spots* que lo acusaban de alentar el crimen al votar en contra de la pena de muerte en Chicago y de ser débil ante la adversidad. Esos ataques, conjuntamente con las evidentes agresiones racistas y xenófobas que recibió Obama durante la campaña, lejos de debilitarlo lo favorecieron en una victoria electoral holgada.

En el caso de la estrategia de comunicación política de Donald Trump en las elecciones de 2016, se construyó sobre una campaña dirigida a un público llamado la mayoría silenciosa, integrada por sectores de la población con algo en común: sentían un malestar profundo por el poder establecido y estaban dispuestos a escuchar un mensaje antisistema, nacionalista y de esperanza. La causa del descontento era que muchos de ellos habían perdido sus trabajos o sufrido consecuencias tras la crisis de 2008 y se sentían incomprendidos. En ese momento, Trump se presentó como la opción que hablaba sin tapujos y decía todo lo que esta gente necesitaba oír (García Ribes, 2017, p. 25).

Las técnicas de campaña negativa de Trump consistieron en tratar de aumentar el número de seguidores mediante el ataque u oponiéndose al rival político. Su discurso se apoyó en el uso del odio, el miedo, las mentiras y los escándalos (García Ribes, 2017, p. 27).

### De las campañas negativa a la guerra sucia

Debido a los efectos nocivos de las campañas negativas, se da la reforma electoral 2007-2008, en parte motivada por la presencia de dos grandes

problemas que involucran tanto a los grupos de interés como a los partidos políticos: el dinero y el abuso de medios de comunicación. Esa reforma retomó aspectos relativos a precampañas, campañas y fiscalización, así como los medios de comunicación. Para su análisis Buendía Hegewisch y Azpiroz Bravo (2011, pp. 32 y 33), la agruparon en tres ejes:

- a) Campañas negativas. Su prohibición busca propiciar el debate de ideas y ofertas electorales. La restricción de la propaganda negra pretendía elevar la calidad de la discusión democrática por encima del ataque y la denigración.
- b) Administración de los tiempos oficiales. Pretende asegurar la presencia equitativa de partidos y candidatos en los medios electrónicos. La intención es equilibrar las reglas del juego para que ningún partido o empresa de medios de comunicación saque ventaja de la discrecionalidad con que se contrataba la propaganda en radio y televisión.
- c) Guerra sucia. La intención es reforzar la capacidad de la autoridad electoral para vigilar y sancionar la intervención indebida de terceros en las campañas. Busca elevar la sanción y capacidad de vigilancia a funcionarios públicos para evitar que, como autoridades y con recursos públicos, intervengan o hagan uso de las instituciones públicas para favorecer a un partido o candidato.

En la legislación se elevó a rango constitucional la prohibición de las campañas negativas, al modificar el artículo 41 de la Carta Magna. En el Apartado C de la disposición en cita, actualmente se observa la regla de que en la propaganda política o electoral que difundan los partidos y candidatos deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas.

### A manera de reflexión

En la búsqueda del acceso y ejercicio del poder público se da una serie de fenómenos en los que se ven involucrados tanto los grupos de presión como los partidos políticos. Cada uno busca posicionarse y lograr beneficios que le sean favorables a los intereses de sus agremiados. La influencia y dirección de los grupos de presión juegan un papel importante en la búsqueda de ventajas en las decisiones que se toman en los aparatos gubernamentales, ya sea en los ámbitos ejecutivo, legislativo o judicial.

En este terreno, la política es evidentemente una actividad social que conlleva implícitamente un comportamiento humano determinado en un contexto social específico, actividad que se relaciona con la forma de gobierno y con la dirección de una colectividad. La política es un fenómeno social vinculado a la búsqueda del poder, elemento característico de todo fenómeno político.

Como ya se dijo, con la reforma electoral de 2007-2008 se elevó a rango constitucional la prohibición de las campañas negativas. No obstante, se observa que este tipo de prácticas continúa en los procesos electorales.

Más allá de las disposiciones jurídicas, estamos frente a conductas motivadas por orientaciones que reflejan la cultura política de una comunidad con un pasado histórico común, un estilo de vida presente y un proyecto de desarrollo a futuro, que tienen que ver con los sentimientos, sensaciones de vinculación o rechazo; opiniones y juicios elaborados a partir de ciertos criterios valorativos, respecto a los acontecimientos políticos.

Se reconoce que en la actualidad se da una especialización en el combate



### JUAN CARLOS RAMÍREZ SALAZAR

Cursó la Maestría en Derecho en la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Derecho Abogado Ponciano Arriaga Leija de la UASLP, donde es profesor investigador. Además es miembro titular de la Sociedad Mexicana de Criminología, se desempeñó como capacitador electoral del Instituto Nacional Electoral, así como asesor jurídico del Consejo Estatal Electoral de San Luis Potosí.

a los actos u omisiones que realicen los ciudadanos, funcionarios electorales, representantes partidistas, servidores públicos y candidatos que atenten contra la limpieza del voto y la efectividad del sufragio. Por lo anterior, en este momento existen las fiscalías especializadas en delitos electorales, a las que les corresponde su atención, investigación, litigación y persecución. **UP**

#### Referencias bibliográficas:

- Andrade Sánchez, E. (2012). *Introducción a la ciencia política*. México: Oxford.
- Buendía Hegewisch, J. y Azpiroz Bravo, J. M. (2011). *Medios de comunicación y la reforma electoral 2007-2008. Un balance preliminar*. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
- Cursio Gutiérrez, L. A. (2009). *Introducción a la ciencia política*. México: Oxford.
- García Ribes, M. del M. (2017). *El uso de las redes sociales en política: El caso de Donald Trump*. Tesis de grado España. Universidad Politécnica de Valencia.
- Gómez Fróde, C. (2009). *Introducción a la teoría política*. México: Oxford.
- Ossorio, M. (2004). *Diccionario de ciencias jurídicas, políticas y sociales*. Argentina: Heliasta.
- Suprema Corte de Justicia de la Nación. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (vigente). México: SCJN. Recuperado de: <https://www.scjn.gob.mx/normativa-nacional-internacional>