

2012

EM DEBATE

OPINIÃO PÚBLICA E CONJUNTURA POLÍTICA

Um periódico do grupo de pesquisa Opinião Pública,
Marketing Político e Comportamento Eleitoral

Ano 4 - N.05
Agosto de 2012
ISSN: 2176 - 4883



DOSSIÊ

ELEIÇÕES 2012 NO MÉXICO: LEGITIMIDADE EM CRISE?

Rubén Aguilar Valenzuela
René Valdiviezo Sandoval
Edgar Esquivel Solís
Angélica Mendieta Ramírez
Jorge Luis Castillo Durán
Fabiola Coutiño
Lerins Varela Castro
Angélica Cazarín Martínez

Organizadores:

Abril Gamboa Esteves
Jorge Luis Castillo Durán

Opinião

Nayla Fernanda Andrade Lopes

Resenha

Laura França Martello

Periódico Eletrônico do Grupo de
Pesquisa "Opinião Pública, Marketing
Político e comportamento Eleitoral"



Universidade Federal de Minas Gerais

Avenida Presidente Antonio Carlos, 6627
Campus Pampulha CEP: 31.270-901
Belo Horizonte - MG - Brasil
Tel: (31) 3409-3823

GRUPO DE PESQUISA OPINIÃO PÚBLICA, MARKETING POLÍTICO E COMPORTAMENTO ELEITORAL

Em Debate

Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política

Missão

Publicar artigos e ensaios que debatam a conjuntura política e temas das áreas de opinião pública, marketing político, comportamento eleitoral e partidos.

Coordenação:

Helcimara de Souza Telles – UFMG

Conselho Editorial

Antônio Lavareda – IPESPE
Aquiles Magide – UFPE
Bruno Dallari – UFPR
Cloves Luiz Pereira Oliveira – UFBA
Dalmir Francisco – UFMG
Denise Paiva Ferreira – UFG
Gustavo Venturi Júnior – USP
Helcimara de Souza Telles – UFMG
Heloisa Dias Bezerra – UFG

Julian Borba – UFSC
Luciana Fernandes Veiga – UFPR
Luiz Ademir de Oliveira – UFSJ
Luiz Cláudio Lourenço – UFBA
Malco Braga Camargos – PUC-MINAS
Marcus Figueiredo – IESP/UERJ
Mathieu Turgeon – UnB
Rubens de Toledo Júnior – UFBA
Pedro Santos Mundim – UFG
Silvana Krause – UFRGS
Yan de Souza Carreirão – UFPR

Jornalista Responsável

Érica Anita Baptista

Equipe Técnica:

Érica Anita Baptista
Johnatan Max Ferreira

Parceria

Instituto de Pesquisas Sociais, Políticas e
Econômicas – IPESPE

Endereço

Universidade Federal de Minas Gerais
Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas
Departamento de Ciência Política – DCP
Av. Antônio Carlos, 6.627 - Belo
Horizonte
Minas Gerais – Brasil – CEP: 31.270-901
+ (55) 31 3409 3823
Email: marketing-politico@uol.com.br
Twitter: @OpPublica

As opiniões expressas nos artigos são de
inteira responsabilidade dos autores.

EM DEBATE

Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política
Ano IV, Número V, Agosto de 2012.

SUMÁRIO

Editorial

Dossiê: “Eleições 2012 no México: Legitimidade em crise?”

- **La elección presidencial de 2012 en México**
Rubén Aguilar Valenzuela
- **México 2012: regreso sin futuro**
René Valdiviezo Sandoval
- **Balance del proceso electoral en México 2012:
el papel de las encuestas**
Edgar Esquivel Solís
- **Análisis de la confianza ciudadana en el
proceso electoral 2012 en México**
Angélica Mendieta Ramírez
Jorge Luis Castillo Durán
- **La elección presidencial 2012: un análisis sobre
la participación de los jóvenes mexicanos**
Fabiola Coutiño
- **Mercadotecnia electoral y medios de
comunicación en las elecciones locales y**

federales del 2012
Lerins Varela Castro

- **México: una alternancia conocida.**
Elecciones 2012.
Angélica Cazarín Martínez

Opinião

- **Comportamento eleitoral e novas tecnologias: a decisão do voto em um mundo conectado**
Nayla Fernanda Andrade Lopes

Resenha

- **Mulheres, política e poder**
Laura França Martello

Colaboradores desta edição

EDITORIAL

Eleições 2012 no México: Legitimidade em crise?

Abril Celina Gamboa Esteves
Jorge Luis Castillo Durán

La Democracia Electoral en México ha transitado por escenarios sociales, políticos, económicos y, a partir del arribo a la alternancia en el año 2000, se ha caracterizado como un proceso cultural complejo y complicado cuyo elemento central ha estado ligado estrechamente al reconocimiento de la legitimidad, como un elemento fundamental para el reconocimiento en primera instancia del triunfo electoral y, posteriormente de la acción y ejercicio de gobierno.

El análisis de los procesos electorales nos permite observar y atender fenómenos sociales sobre las modificaciones a la legislación, el papel y la influencia de la publicación de encuestas, los movimientos sociales emergentes; y además impulsa a encarar, académicamente y con rigor científico, conceptos que pretenden explicar el comportamiento electoral, las estrategias de campaña, los la participación ciudadana, en suma, explicar la cultura política que se expresa sin duda en el momento en que se emite el voto..

En esta edición especial para Em Debate, el Cuerpo Académico “Comunicación Política”, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP, a invitación expresa del “Grupo Laticom”, ha preparado un Dossier, “Elecciones en México 2012: ¿Legitimidad en crisis?”, de artículos que dan cuenta del proceso electoral en México 2012, enfatizando el análisis de la elección presidencial y su relación con la cultura política y la cultura democrática, en un marco que propicia la incertidumbre sobre su legitimidad y la consecuente incidencia en los procesos de gobierno que se derivan de esta elección.

El artículo de Rubén Aguilar, de la Universidad Iberoamericana y ex portavoz de la presidencia de la República (2004-2006), trata el tema apuntando

sobre las estrategias particulares de cada candidato durante estas elecciones, en contrapartida con las controversiales elecciones de 2006, a través de seis elementos que caracterizaron el desarrollo de las campañas : a) El marketing; b) La presencias en medios; c) El discurso; d) Los debates; e) Equipo de campaña y despachos de asesores; f) Situaciones no previstas.

El puntual análisis de René Valdiviezo, Director del Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico de la BUAP, resulta contundente: es imposible pensar que las elecciones en México, en 2012, estuvieran desfasadas del desempeño político del actual presidente, Felipe Calderón; conceptos como el cambio o la diferencia que pudo caracterizar a las campañas de los candidatos, incluso las movilizaciones sociales, particularmente la de los jóvenes universitarios, no fueron suficientes para modificar el resultado que se anticipaba desde el inicio de la contienda, lo anterior invita a reflexionar que el proceso electoral permite más que mirar al futuro, resaltar el retorno al pasado.

Las encuestas, como fenómeno social reciente en México y las empresas que la ejercen, son motivo para analizar la influencia de las mismas en la generación de opinión pública y su correlato con la orientación en la decisión del voto; sin embargo, Edgar Esquivel, de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM-Cuajimalpa) cuestiona la ética en la práctica de estos ejercicios que, durante las campañas electorales de 2012, presentaron irregularidades debido a la disparidad en la información respecto de los resultados oficiales.

Tanto Jorge Luis Castillo como Angélica Mendieta, ambos Profesores-Investigadores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP, exponen de manera precisa y a la luz del método científico, un análisis sobre la confianza y la cultura democrática que, desde el electopartidismo, se transforma en un indicador para comprender que la relación entre la participación ciudadana y el nivel de competitividad partidista, dan como resultado la posibilidad de identificar la confianza de los ciudadanos hacia la institución electoral.

Fabiola Coutiño, Profesora-Investigadora de la Facultad de Derecho de la BUAP, analiza lo que se ha dado en llamar la Primavera mexicana, atendiendo el

fenómeno social entre los jóvenes mexicanos: “#yosoy132”, su contexto, relevancia e impacto, tanto en el desarrollo de las campañas, como en el proceso electoral mismo, teniendo como marco referencial la diferencia específica entre un movimiento social y un movimiento partidista.

Desde el norte de México, específicamente de la Universidad Autónoma de Coahuila, Lerins Varela aporta, desde su posición académica, un estudio de la evolución de la propaganda política en mercadotecnia electoral, fenómeno que ha impulsado en México la regulación de pre-campañas, campañas y uso de medios de comunicación que, en el mejor de los casos, impulsa a repensar la correspondencia entre la aplicación de estrategias de mercadotecnia política y su escasa incidencia en la decisión ciudadana respecto de su voto, apuntando en consecuencia a pronosticar una nueva reforma electoral que tienda a la equidad en los procesos.

El Dossier concluye con el texto de Angélica Cazarín, Profesora-Investigadora de El Colegio de Tlaxcala, es un recuento sobre la institución política encargada de organizar el porceos electoral y en definitiva, es la que debe alentar la confianza del electorado mexicano: el Instituto Federal Electoral (IFE), sus antecedentes, importancia y modificaciones que, a lo largo de 16 años presenta una serie de prácticas orientadas a refrendar y defender la legitimidad de los procesos electorales.

Los artículos aquí presentados tienen la intención de contribuir al debate académico que favorezca la adopción de posturas críticas, respecto de los fenómenos que hoy nos ocupan, principalmente aquellos relacionados con la construcción de una cultura política que incida de manera directa en la incorporación de la participación ciudadana a la definición de las decisiones públicas.

LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DE 2012 EN MÉXICO

The presidential election of 2012 in Mexico

Rubén Aguilar Valenzuela
Universidad Iberoamericana (UNIBE)
✉ ruben@miscuadernos.com.mx

Resumen: *Se ofrece un recuento de la elección presidencial que ocurrió el primero de julio del 2012 en México. Es la primera en la historia del país que se desarrolla en 90 días en lugar de 180. A diferencia de la campaña del 2006, que dominó las “campañas negras”, en esta ocasión todas se movieron en un ámbito conciliador que evitó la confrontación. En ese marco se presenta cuál fue la estrategia particular de cada candidato. Se proponen también los seis elementos que caracterizaron el desarrollo de la campaña: a) El marketing; b) La presencia en medios; c) El discurso; d) Los debates; e) Equipo de campaña y despachos de asesores; f) Situaciones no previstas. Se presenta el comportamiento de las encuestas y los números oficiales de la elección y finalmente se propone un conjunto de conclusiones.*

Palabras-claves: *elección presidencial, marketing, medios, discurso, debates, campaña.*

Abstract: *Provides a recount of the presidential election that occurred on July 2012 in Mexico. This is the first in the history of the country that develops in 90 days instead of 180. Unlike the 2006 season, which dominated the "smear campaign" on this occasion all moved into an area conciliatory avoided confrontation. In that framework is presented which was the particular strategy of each candidate. It also proposes the six elements that characterized the development of the campaign: a) Marketing b) The media presences c) Speech d) Discussions e) equipment campaign and offices advisers; f) Situations not previews. Present the behavior of the surveys and official election numbers and finally proposes a set of conclusions.*

Key words: *presidential election, marketing, media, speech, debates, campaign.*

Introducción

De 1920, al fin de la Revolución Mexicana, hasta el 2000, gobernó el mismo partido, pero con diferentes nombres, el último de ellos el conocido Partido

Revolucionario Institucional (PRI). En 2000 se hizo con la presidencia el Partido Acción Nacional (PAN) que conservó en las elecciones del 2006. La elección del 2012 se planteó, desde un principio, si el PRI podría volver a la presidencia o todavía la podría retener el PAN. El Partido de la Revolución Democrática (PRD) no se veía como un competidor con reales posibilidades de alcanzar la presidencia.

En el marco de éste contexto se desarrolló la campaña que tenía la novedad de ser la primera que se circunscribía a 90 días contra los 180 días de las elecciones anteriores. Existía el antecedente que en las elecciones del 2000 y 2006 los dos candidatos que entraron perdiendo hacia la mitad de la contienda, en torno al día 90, habían empatado, para al final, hacerse de la victoria. Se instaló también el discurso “políticamente correcto” de decir que el narco intervendría en las elecciones sin que hubiera en realidad ninguna evidencia de tal cosa como lo constató César Gaviria, presidente de Colombia (1990-1994), quien encabezó la misión de observación electoral de la Organización de Estados Americanos (OEA). Una vez pasadas las elecciones se puede afirmar con certeza que el narco no se hizo presente en el proceso.

Marco general de la estrategia

En el proceso electoral del 2006 dominaron las “campañas negras”, pero en esta ocasión no se recurrió a ellas y más bien el tono, como ha ocurrido en otros países de América Latina, resultó conciliador y los candidatos evitaron la confrontación. La del 2012 ha sido, sin lugar a dudas, la campaña presidencial con mayor contenido programático. Los medios, sobre todos los periódicos, hicieron un esfuerzo que no se había visto antes por documentar las propuestas hechas por los candidatos y también, unos más que otros, por distanciarse del “escándalo” y la prensa “amarillista”.

En el marco anterior, los candidatos de los tres partidos más grandes desarrollaron un tipo de campaña específica que se caracterizó por los siguientes elementos:

a) Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)

Él arrancó con una clara ventaja sobre sus adversarios y a partir de esa posición articuló una estrategia que tuvo como eje central mantener al candidato en una “zona de confort” que evitó al máximo la exposición que lo arriesgara y también la confrontación con sus rivales y el gobierno. Hizo un intenso trabajo al interior de las estructuras de su partido que tienen millones de afiliados. A lo largo de la contienda nunca se vio en la necesidad de cambiar la estrategia.

b) Josefina Vázquez Mota (PAN)

Al arrancar con desventaja estaba obligada a arriesgar, pero nunca lo hizo. Se movió en la ambigüedad del continuismo, el actual presidente es de su partido, y de proponerse como “diferente”. A lo largo de la campaña nunca logró un claro posicionamiento y una definición propia. Le afectaron los conflictos internos de su partido y también que no logró integrar un equipo fuerte y profesional.

c) Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC)

Hizo un cambio radical de la estrategia que siguió en 2006 cuando recurrió a la confrontación e incluso el insulto a sus adversarios. Evitó todo el tiempo los discursos estridentes y descalificadores que han sido parte de su forma de hacer política. En esta ocasión buscó el encuentro con empresarios e involucró a su familia en la campaña, a lo que se había negado la vez anterior. En la línea de mostrar un nuevo rostro hizo público el nombre de quienes serían sus ministros en caso de ganar la presidencia.

Desarrollo de la campaña

Los elementos centrales que han caracterizado esta campaña se reducen a seis: a) El marketing; b) La presencia en medios; c) El discurso; d) Los debates; e) Equipo de campaña y despachos de asesores; f) Situaciones no previstas.

a) El marketing

La ley electoral prohíbe durante la campaña, la compra de espacios en los medios. A cambio la ley otorga tiempos gratuitos, que también por ley pertenecen al gobierno, para que durante la campaña pasen a la administración del Instituto Federal Electoral (IFE) quien los otorga a los candidatos. Los tiempos se distribuyen tomando en cuenta los resultados de la última elección federal. Quien obtuvo más votos tiene acceso a más espacio de radio y televisión. En esta campaña se transmitieron 44.1 millones de *spots* de 20 segundos. Existen elementos, para sostener que a pesar de lo masivo de los *spots* o precisamente por eso, han contribuido poco o casi nada en el resultado electoral.

b) La presencia en medios

La evidencia apunta a plantear que en esta elección lo que más ha influido es la intensidad de la presencia previa de los candidatos en medios, de manera particular los electrónicos y muy especialmente la televisión.

c) El discurso

La evidencia señala que el contenido de los discursos no influyó en la intención de voto. Los ciudadanos tienen duda metódica en relación al discurso de los políticos y todavía más en la época electoral.

d) Los debates

Se debe distinguir entre quién tuvo el mejor desempeño y quién resultó el ganador. El propósito final del debate es modificar la intención del voto y quienes mejor se desempeñaron en los mismos, que no fue el puntero, no le quitaron puntos y ellos tampoco crecieron en sus porcentajes.

e) Equipos de campaña y despacho de asesores

En el desarrollo de las campañas resultó clave la calidad del equipo de campaña y de los asesores contratados y también se hizo evidente que quien contó con ese apoyo antes, obtuvo clara ventaja.

f) Situaciones no previstas

A lo largo de la contienda destacan tres que podrían haber afectado de manera especial al candidato del PRI. Estos son:

- Surgimiento del movimiento estudiantil #Yosoy132. Alcanzó muy buen posicionamiento en medios, pero todo indica que no quitó puntos al candidato del PRI aunque sí dio algunos puntos al candidato del PRD.
- Las acusaciones por supuestas ligas con el narco de exgobernadores del PRI en el Estado de Tamaulipas. El candidato de éste partido no vio afectado sus números como resultado de esta investigación.
- La publicación en *The Guardian*, de una nota que hace siete años había dado a conocer la revista Proceso de México. Se sostiene que siendo gobernador del Estado de México el candidato del PRI compró espacios en Televisa, una de las grandes cadenas de televisión de México, para promover su candidatura y desprestigiar al candidato del PRD. La noticia tuvo amplia cobertura, pero no quitó votos al candidato del PRI, aunque pudo dar algunos al del PRD.

La intención de voto

Hay una gran discusión sobre los números de las empresas encuestadoras. Se les critica que estos estuvieron lejos del resultado final. Mi posición es que se mantuvieron en el margen de error propio de las encuestas. Los números: a) La preferencia electoral bruta al entrar en la campaña: Enrique Peña Nieto (PRI-

PVEM) entre 42.5 % y 45 %; Josefina Vázquez Mota (PAN) entre 23.7 % y 32 %; Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) entre 15.8 % y 22 %; b) La preferencia electoral bruta al terminar la campaña: Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) entre 41.5 % y 45 %; Josefina Vázquez Mota (PAN) entre 20.6 % y 24.0 %; Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) entre 23.8 % y 31 %

El resultado oficial de la elección arroja los siguientes números: Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) 38.21%, diferencia de tres puntos con relación a la última encuesta; Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-MC) 31.59 %, queda igual que la última encuesta; Josefina Vázquez Mota (PAN) 25.41 %, diferencia de un punto con relación a la última encuesta. El que los números de la campaña se hayan movido poco y los lugares nunca cambiaran se puede deber a: a) La verdadera campaña ocurrió antes que la “oficial” y ahora sólo se pasa por un trámite formal; b) La presencia o no de los candidatos, antes de la campaña formal, en los grandes medios nacionales resultó determinante; c) Las ventajas del candidato del PRI era tal que implicaba de los candidatos del PAN y PRD una campaña novedosa y agresiva; d) Los partidos en desventaja no consideraron bien las características de una campaña de 90 días.

A manera de conclusión

Algunas conclusiones que se derivan de éste proceso son:

- El personaje y posicionamiento del candidato que arrancó como ganador se hizo a través de los medios electrónicos.
- La presencia nacional la obtuvo a través de ser “noticia” y logró crear la imagen de un político eficaz, que es capaz de cumplir con sus compromisos.
- La recurrencia al *spot* fue marginal para posicionarse, lo fundamental consistió en estar todos los días en la prensa nacional, sobre todo en la televisión.

- El PRI y el PRD no hicieron elección interna de candidato en 2012. El PAN sí la hizo y le costó.
- Para el candidato del PRI resultó ventaja clara haber sido antes gobernador en funciones.
- Cuenta también serlo del Estado de México el más poblado y con mayores recursos financieros.
- La mala valoración que se hace de la gestión del presidente resultó lastre para la candidata del PAN y ventaja para los del PRI y PRD.
- Los 44.1 millones de *spots*, que pasaron las radios y televisoras del país, las privadas y las públicas, influyeron poco en consolidar o cambiar las preferencias electorales.
- El contenido de los discursos no influyó en la conformación de la intención de voto.
- Los dos debates no modificaron las tendencias electorales y después de los mismos se mantuvieron en los números previos a estos.
- Elemento que marcó diferencias fue la calidad de los equipos de campaña y de los asesores.
- El movimiento estudiantil #Yosoy132; las acusaciones por supuestas ligas con el narco de exgobernadores del PRI y la publicación en *The Guardian* no afectaron al candidato del PRI y tampoco favorecieron claramente a los del PRD y PAN.

MÉXICO 2012: REGRESO SIN FUTURO

Mexico 2012: return without future

René Valdiviezo Sandoval

Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC)

✉ valdiviezo.rene@gmail.com

Resumen: *El presente artículo tiene como propósito analizar y reflexionar sobre el desempeño del poder presidencial en México y su influencia en las elecciones presidenciales de 2012, considerando la magnitud de las campañas, los resultados y movimientos que la caracterizaron, así como el futuro institucional que, anclado en una cultura de corrupción, se presenta como incierto.*

Palabras-claves: *poder presidencial, elecciones, corrupción, regreso.*

Abstract: *This article aims to analyze and reflect on the performance of presidential power in Mexico and their influence on the presidential election of 2012, considering the magnitude of the campaigns, results and movements that characterized, and the institutional future, anchored in a culture of corruption, is presented as uncertain.*

Key words: *presidential power, elections, corruption, return.*

Introducción

La elección federal del 2012 en México se convirtió, desde seis años atrás, en una elección en la que se pondría en juego no sólo el poder sexenal de un partido y los grupos que lo patrocinaban, sino la viabilidad misma del país. Esta afirmación que puede ser muy fuerte, adquiere relevancia si consideramos que la elección presidencial del 2006 se resolvió en tribunales y quedaron sin desahogarse muchas inconformidades y denuncias (válidas y no), que hubieran cambiado el rumbo del resultado final, que era de tan sólo 0.58% entre el ganador y el segundo lugar.

El resultado fue la división del país, en donde parte de la población tenía la idea de que hubo fraude en la elección y el gobierno del “candidato triunfante” Felipe Calderón, del Partido Acción Nacional (PAN), no tendría la legitimidad necesaria para gobernar.

Por esta razón fue que, a los diez días de haber asumido el cargo como Presidente de la República, el Sr. Calderón inició la llamada “guerra contra el crimen organizado”, con la idea de que con esa acción adquiriría la legitimidad no obtenida en las urnas.

El resultado ha sido de alrededor de 60,000 muertos, lo que no ha abonado a favor de la legitimidad buscada y, por el contrario, ha generado muchas protestas y temor en el país.

Por otro lado, los resultados del gobierno del Sr. Calderón, no han sido buenos y han agudizado las condiciones de exclusión social, de pobreza y de deterioro social en el país.

Se informa por el INEGI*, para el año 2011, de una tasa de desempleo abierto del 5.45%, que representan 2.6 millones de personas, lo cual parece no tan grave, pero si a este dato le sumamos que del total de personas ocupadas en el país, para el mismo año, 13.4 millones, se encuentran en el sector informal, la reflexión cambia. De la misma forma, México tiene un Coeficiente de Gini, del 0.476, con muy alta desigualdad socio-económica en la población. Se calculan, por la misma fuente, 55 millones de pobres y, por el otro lado, en México habita y tiene su asiento, el hombre más rico del mundo.

Transparencia Internacional¹ señala, para América Latina, que México ocupa el segundo lugar en corrupción creciente, lo que se agrava cuando el banco central* informa que en el transcurso de las dos administraciones federales en donde ha gobernado el PAN, han salido del país más de 100 mil

* Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática. (www.inegi.gob.mx).

¹ www.transparency.org

* Banco de México.

millones de dólares, lo que es casi el doble del monto que tenía la deuda externa neta del gobierno federal al finalizar el año 2000.²

Con estos datos, los resultados del sexenio del Sr. Calderón pueden calificarse como malos, lo que ha repercutido en amplios sectores de la población y llevó a que se considerara que la elección del 2012, representaba el momento crucial para cambiar las condiciones del país y para cambiar de rumbo.

Bajo estas condiciones, se presentaron cuatro propuestas para la presidencia, y las candidaturas para el Senado y la Cámara de Diputados, con algunas combinaciones según alianzas diversas en unos distritos electorales.

Las opciones para la población, parecían, ante todo, reducirse a dos: cambiar o continuar con el mismo esquema de desarrollo y gobierno.

Las opciones

La elección presidencial representa en México, la elección más importante del país. Poco importa si se elige a todo el legislativo en sus dos cámaras, pues el régimen presidencial en México y los remanentes de historia caudillista aún tienen efecto.

Contendieron dos alianzas y dos partidos políticos: el Partido Acción Nacional (PAN); la Alianza Compromiso por México (ACM), integrada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM); la Alianza Movimiento Progresista (AMP), integrada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido del Trabajo (PT) y el Partido Movimiento Ciudadano

(MC); y el Partido Nueva Alianza (PANAL).

El PAN ha sido gobierno durante dos sexenios en México (2000-2006 y 2006-2012). El PRI que gobernó al país desde 1929 en que fue creado³, hasta

² Periódico La Jornada (26-05-2012).

el año 2000 en que perdió frente al PAN. El PRD nació en 1989 aglutinando a la mayoría de partidos de izquierda y el PANAL que es la expresión política del magisterio corporativo.

Después de la elección del 2006, el PRD cayó en las preferencias nacionales, perdiendo elecciones locales y con divisiones profundas en su interior. Al momento de la elección del 2012, gobernaba sólo tres estados. El PAN empezó a perder elecciones locales desde el 2006, así como a caer en las preferencias políticas, de forma tal que al momento de la elección del 2012 gobernaba solamente seis estados. En cambio el PRI, después de haber ocupado el tercer lugar en la elección federal del 2006, empezó, a partir del 2007, a ganar elecciones locales y la federal del 2009, gobernando, al momento de la elección, 20 estados.

Si lo vemos en términos de población, el PRI gobernaba, al momento de la elección, a casi dos terceras partes de la población nacional, mientras que el PAN gobernaba a poco menos de una cuarta parte de la población y el PRD a cerca del 10% de la población. Las diferencias eran más que evidentes.

La presentación de los contendientes y de las opciones se basó, en todos los casos, en la idea de cambio y diferencia. Así, el PAN trató de presentar a su candidata, como “diferente” (al gobierno actual). Había en el fondo la conciencia de que el gobierno actual no terminaba bien y que cargar con cierta continuidad traería costos muy altos a la campaña y al resultado (como sucedió). El PRI insistía en que había que cambiar, pero con responsabilidad y con experiencia y para ello había que establecer compromisos con el país y con los diversos sectores de la población. En el fondo la idea descansaba en que el PRI sí cumpliría, a diferencia del PAN que no cumplió. El PRD sostuvo la idea del cambio verdadero, insistiendo en que el PRI, sobre todo, no proponía un cambio “real”, “de fondo”, y que el PRI y

³ Nació como Partido Nacional Revolucionario, cambió su nombre a Partido de la Revolución Mexicana, en 1938 y a Partido Revolucionario Institucional (PRI), en 1946.

el PAN, representaban dos caras de lo mismo. El PANAL presentó a su candidato como un ciudadano independiente, con lo cual se diferenciaba de todos, aunque en sus propuestas coincidía a veces con alguno, a veces con otros, su intención fue la de mostrarse siempre como independiente.

Bajo estas definiciones iniciales se desarrollaron las campañas, con una autoridad electoral (Instituto Federal Electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación y Fiscalía Especializada para la Atención de los Delitos Electorales), que ponía a prueba la nueva legislación electoral (aprobada en el 2007) para una elección general (legislativo completo y ejecutivo).

La nueva legislación electoral, había sido aprobada en el año 2007 como consecuencia del conflicto post-electoral del 2006. Incluía una gran cantidad de nuevas atribuciones para la autoridad electoral con las cuales –se suponía– podría evitar las irregularidades presentadas en la elección federal del 2006 y regulaba, sobre todo, el acceso de los partidos a los medios electrónicos, así como el financiamiento privado y público y las “campañas negras”.

Éste era el aspecto novedoso de la legislación, la cual se presumía daría buen resultado, pues contaba además, con una autoridad electoral renovada en buena parte.

Campañas y resultados

La contienda se desarrolló, desde el inicio, teniendo como puntero al candidato del PRI, el cual había generado, desde su paso por la gubernatura del Estado de México, una imagen que a través de las principales cadenas nacionales de televisión, había sido publicitada y promovida, lo cual le permitió arrancar en buena posición en las encuestas. La candidata del PAN llegó tarde a la contienda, pues su partido se tardó en elegirla como su candidata. Su campaña tuvo que dar dos giros radicales al menos, pues no

lograba acercarse al primer lugar y peleaba el segundo lugar con el candidato de la alianza izquierdista, sin rebasarlo. Fue cayendo en las preferencias, al grado tal, que tuvo que incluir en sus campañas aspectos relacionados con la vida íntima de las parejas “el cuchí-cuchí”, sin que ello le diera resultado. Además cargaba con el castigo que los electorales le dieron, finalmente, al gobierno federal del PAN. El candidato de la izquierda empezó abajo en las encuestas. Su fortaleza descansaba en la construcción, durante cinco años, de un movimiento social denominado Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), con el cual sostenía su candidatura incluso al margen de los partidos de la izquierda. Su ascenso en las preferencias electorales, fue constante y en las “encuestas oficiales” no se acercaba mucho al puntero, pero en otras encuestas universitarias y en ensayos electorales en muchas universidades del país, ganaba sin ningún problema. Frente a la imagen de conflictivo en la elección del 2006, ahora presentó una imagen más prudente y de apertura, planteando incluso una “república amorosa”. Fue sin duda el candidato que más creció en las campañas.

Los resultados oficiales fueron los siguientes:

	PAN	PRI- PVEM	PRD- PT-MC	PANAL
Presidente	12786647	19226784	15896999	1150662
	25.41%	38.21%	31.59%	2.29%

	PAN	PRI- PVEM	PRD- PT-MC	PANAL	PRI	PVEM
Diputados	53	123	70	0	51	3

Distritos ganados

	PAN	PRI	PRD- PT-MC
Senadores	8	18	6

Estados ganados

La fuente es el IFE, con datos corregidos en el conteo distrital, aunque el número de distritos ganados es tomado del Programa de Resultados Electorales Preliminares.

Las tres elecciones están impugnadas ante la autoridad electoral, aunque se ha solicitado solamente la anulación de la elección presidencial por parte del PRD y sus aliados y el PAN se ha sumado a la exigencia de resolver las denuncias, como lo señala la ley. Las elecciones de senadores y diputados tienen sólo impugnaciones en algunos casos.

El cúmulo de quejas, denuncias e impugnaciones deja ver, que la elección no fue, presumiblemente, una elección transparente, equitativa y justa. La izquierda especialmente ha encabezado las denuncias y en este momento hay una denuncia que señala la presencia de dinero en la campaña del PRI no permitido, por lo que este partido podría haber rebasado los topes de gastos de sus campañas e incurrido en algún delito.

La movilización social en rechazo al candidato del PRI, ha rebasado a los partidos políticos y se presenta como una movilización principalmente social, no partidista, lo que le ha dado un toque distinto a otras ocasiones.

La participación desde la campaña del movimiento #YoSoy132, integrado principalmente por jóvenes, fue sin duda el elemento que levantó la protesta social en contra de la participación de los poderes fácticos, entre ellos las cadenas televisivas nacionales, en la candidatura del PRI, y fue lo que generó una votación que se sigue pensando que está alterada como resultado de la compra y coacción del voto.

La resolución de este proceso electoral está en suspenso y la autoridad deberá sentenciar y concluir satisfactoriamente las denuncias, so riesgo de que la protesta social se generalice.

La elección nos ha mostrado escenarios electorales que vivimos en México hace 25 años y más. Presiones ilegales para conseguir el voto, derroche de recursos económicos, alteración de algunos resultados, etc.

Si pensábamos que cada elección avanzábamos como país hacia el futuro gubernamental y democrático, con esta elección podemos decir que hemos vuelto al pasado y no vemos el futuro.

BALANCE DEL PROCESO ELECTORAL EN MÉXICO 2012: EL PAPEL DE LAS ENCUESTAS

Balance of elections in Mexico 2012: the purpose of survey

Edgar Esquivel Solís

Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa (UAM)

✉ eesquive1@yahoo.com.mx

Resumen: *El presente trabajo presenta un breve balance del aún inconcluso proceso electoral mexicano de 2012, en el cual se han disputado, 500 diputaciones federales, 128 senadurías, seis gubernaturas, un sinnúmero puestos de elección popular a nivel local y la presidencia de la República, para un total de poco más de 2,100 cargos. Nos centraremos particularmente en las encuestas electorales, dado el enorme protagonismo que tuvieron en estas contiendas. Utilizaremos como marco de referencia el Informe Nuestra Democracia (PNUD, Et al, 2010) con el objetivo de identificar las asignaturas pendientes de la democracia electoral mexicana.*

Palabras-chaves: *proceso electoral, cargos, elecciones, encuestas, democracia.*

Abstract: *This article presents a brief overview of the Mexican electoral process still unfinished in 2012, which have been disputed, 500 federal deputies, 128 senators, six governorships, countless elected positions at the local and the presidency of the Republic to a total of just over 2,100 positions. We will focus particularly on the electoral surveys, given the huge protagonism they played in these contests. Use as a reference Our Democracy Report (UNDP, et al, 2010) with the aim of identifying the unfinished business of electoral democracy in Mexico.*

Key words: *electoral process, positions, elections, surveys, democracy.*

Introducción

El presente trabajo presenta un breve balance del aún inconcluso proceso electoral mexicano de 2012⁴, en el cual se han disputado, 500

⁴ El proceso termina formalmente en el mes de septiembre. Actualmente esta en la etapa de calificación de la elección que realiza el Tribunal Federal Electoral (TRIFE).

diputaciones federales, 128 senadurías, seis gubernaturas, un sinnúmero puestos de elección popular a nivel local y la presidencia de la República, para un total de poco más de 2,100 cargos. Nos centraremos particularmente en las encuestas electorales, dado el enorme protagonismo que tuvieron en estas contiendas. Utilizaremos como marco de referencia el Informe *Nuestra Democracia* (PNUD, *Et al*, 2010) con el objetivo de identificar las asignaturas pendientes de la democracia electoral mexicana.

El informe del PNUD, *Nuestra Democracia*, en su capítulo 2, advierte que en la región latinoamericana hay una similitud de problemas al respecto, a saber: (1) una constatable debilidad estatal; a su vez, (2) la crisis de representación que es más que evidente con la ebullición de movilizaciones ciudadanas a lo largo del mundo, que va de los *Indignados* de España y otros países europeos al *Ocupa Wall Street* norteamericano, pasando por la primavera árabe del 2011, las movilizaciones estudiantiles en Canadá, Chile y México, que en su conjunto comparten el malestar frente a sus sistemas políticos por la enorme y creciente desigualdad de riqueza y poder. En buena medida esto explica las movilizaciones registradas a lo largo de 2011 y 2012. (3) El mismo informe del PNUD muestra que en la región de Latinoamérica hay una percepción compartida por los ciudadanos en general respecto a que los políticos no promueven sus intereses y demandas.

La incursión de las encuestas electorales en México.

En México el tema de las encuestas como un elemento central de las campañas políticas se manifestó con fuerza después de 1988, podemos argumentar que esto ocurrió hasta que se desgastó la hegemonía⁵ del Partido Revolucionario Institucional (PRI). La contienda presidencial de ese año de

⁵ Partido hegemónico en México durante al menos medio siglo y el cual gobernó al país desde la década de los años treinta del pasado siglo y hasta el año 2000.

1988, es catalogada como polémica por diversos eventos, entre los más destacables está la “caída del sistema”⁶.

María de las Heras, pionera en los sondeos de opinión en México señala en entrevista que comenzó en a trabajar en las encuestas a partir de 1989, cuando el PRI perdió la gubernatura de Baja California Norte. *Antes de las elecciones se creía que todo iba muy bien, además el PRI jamás había perdido un estado. Resultó que perdió y Colosio⁷ estaba muy molesto. A mí me dijeron que era la última vez que se iban a una elección sin saber que pasaba. Entonces yo me puse a averiguar qué podíamos hacer; y así empecé* (Del Rey, 2012:16). Podemos a partir de este elemento entender la centralidad que a partir del cambio en el escenario político cobró este instrumento de medición.

En 1990 las firmas encuestadoras de opinión pública eran apenas media docena, cuando hoy en día son más de 180. Entre las pioneras destacan el Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP) que se estableció en 1988 para atender al periódico *La Jornada*; Opinión Profesional (OP), en 1989, para realizar las encuestas para la Oficina de Asesores del Presidente de la República; MORI de México (Market & Opinion Research International) en 1990, filial de MORI de Londres, que atendía a *Este País*; Investigaciones sobre Opinión (ISOP), en 1990, al PRI; Gabinete de Estudios de Opinión (GEO) en 1990 al periódico *El Nacional* y el Centro de Estudios de Opinión (CEO) de la Universidad de Guadalajara en 1991 (Basañez y Alducin, 2006, p.76).

El proceso electoral de 1994⁸ fue aún más concurrido que el de 1988 en el uso de las encuestas, se considera que *desde enero de 1994 doce compañías encuestadoras con diez patrocinadores conocidos han inundado los periódicos y las revistas mexicanas con 39 encuestas preelectorales* (Moreno, 1997:197). Alejandro Moreno señala que la existencia misma de diversas encuestas en un régimen autoritario

⁶Se denomina así al hecho de que la autoridad dejó de reportar los resultados de la contienda, argumentando una falla técnica. Cuando se restableció el “sistema” la ventaja del candidato opositor- Cuauhtémoc Cárdenas, se había diluido y apareció el candidato oficial, Carlos Salinas como el puntero en la contienda.

⁷Entonces Presidente del Partido Revolucionario Institucional (PRI), partido en el poder.

⁸Las elecciones presidenciales en México concurren con la renovación total del Congreso (Cámara baja y alta) y se llevan a cabo cada seis años. La Cámara baja del Congreso Federal se renueva cada tres años, las gubernaturas estatales también son por periodos de seis años.

parecería un indicador de liberalización del mismo, es decir el tránsito hacia un régimen de tipo democrático (1997, p.8).

Usos y abusos de las encuestas

Existe un consenso entre académicos sobre los riesgos que entraña el uso de encuestas con distinta metodología. En México actualmente el único ente público que se encarga de regular a las encuestadoras electorales es el Instituto Federal Electoral (IFE). Un hecho se hizo evidente al cerrarse el ciclo de las encuestas, se puede mentir con ellas y no hay sanción pública alguna (ni administrativa ni pecuniaria). Las explicaciones se han movido por diversas vertientes. Por ejemplo la de la empresa GEA-ISA, la misma que en el año 2006 generó polémica al ser la única que difundió para el mes de abril de ese año que el entonces candidato Felipe Calderón había rebasado al candidato puntero, Andrés Manuel López Obrador.

Se ha evidenciado que las casas encuestadoras en México pueden publicar cualquier dato, muy disparado respecto a lo que reflejen otras y no ocurre nada, no hay ninguna sanción: ya sea normativa, económica, o pública. Nosotros consideramos que es inevitable que más temprano que tarde el debate sobre la ética de las empresas encuestadoras se llevará a cabo impulsado por la sociedad civil, quien regularmente provee de legitimidad a las Instituciones que no la tienen.

Roderic Ai Camp señala que en naciones industrializadas esto se ha resuelto desarrollando prácticas ampliamente aceptadas. El mismo politólogo norteamericano advierte:

No se trata simplemente de un problema meramente técnico de interés para encuestadores y académicos, o para quienes los contratan, sino de algo que puede tener consecuencias políticas importantes cuando los resultados se distorsionan o se presentan en forma equívoca en foros públicos, especialmente durante debates políticos y contiendas electorales (1997:12).

Aquí radica justamente el objeto de este balance. La discusión sobre el uso estratégico de las encuestas. Este instrumento de “medición” de la opinión pública se utiliza lo mismo como “termómetro político” que como elemento central de la mercadotecnia y propaganda política. Sostenemos que los sondeos de opinión fueron en este proceso electoral un elemento central en las campañas políticas, no sólo para medir el impacto de una campaña (su orientación) sino también como elemento de propaganda, con el claro objetivo de orientar e incidir en los votantes.

Reconocemos que existen voces en sentido contrario, como la del académico Raúl Trejo, quien sostiene *que las encuestas no nos ofrecen pronósticos, sino diagnósticos de una situación social específica. Son fotografías de un momento determinado, no túneles del tiempo capaces de anticipar, o de suscitar por sí mismas, comportamientos colectivos*⁹. Trejo Delarbre no ofrece ningún elemento o dato que sostenga esta afirmación. En sentido contrario, nosotros sostenemos que si bien, no son el único elemento en una campaña política, si son uno de sus principales componentes, y ofrecemos como elemento de apoyo para este argumento la centralidad que han cobrado desde que iniciaron formalmente su aparición en México en 1988. Actualmente, en la segunda década del siglo XXI, hay en México cerca de veinte empresas dedicadas al boyante negocio de las encuestas, mismas que encuentran como canales de salida: diarios impresos, noticiarios de radio y televisión. Ese es justo parte del debate que abordamos, ¿para quién trabajan los encuestadores?

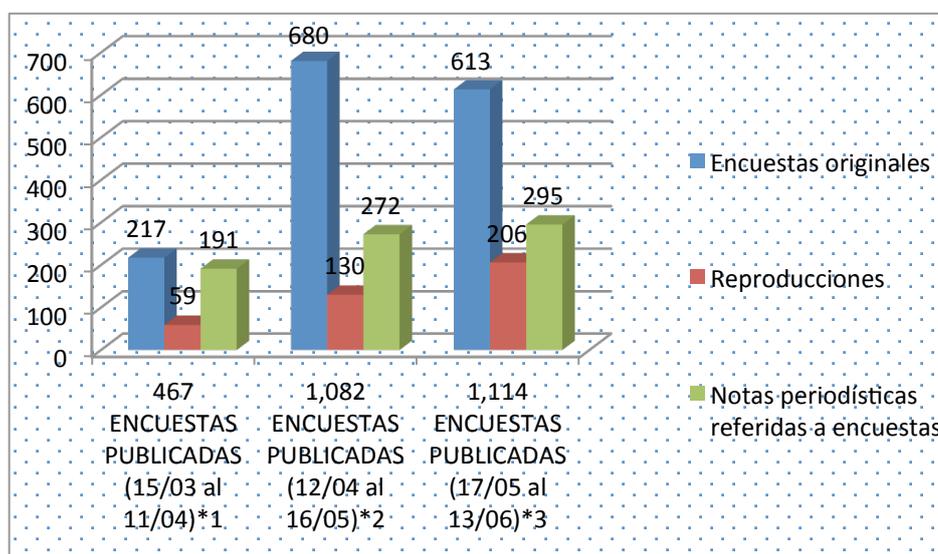
Para Giovanni Sartori los medios de comunicación, en especial la televisión en la actualidad son *sobre todo una expresión del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo; y su influencia bloquea frecuentemente decisiones útiles y necesarias*. Para Trejo Delarbre en un ánimo celebratorio de este instrumento señala que a través de las que se aplicaron en 1994, en los comicios

⁹Las negritas son nuestras.

presidenciales de ese año se observa “una cultura política democrática” (1997:56). Sin precisar su singular idea de la democracia. Esto último no es menor, ya que el debate en torno de ella se centra entre quienes la ven sólo como *una forma de elegir a los gobernantes. Eso dicen algunos teóricos conservadores. Para otros, la democracia involucra más que sólo eso* (PNUD, 2010:39). Nosotros coincidimos plenamente con esta última postura.

Uno de los usos que se les da a las encuestas electorales es el político, esto implica que la encuesta como instrumento “científico” esta investida del “halo de pureza” que la sociedad le confiere a la ciencia: objetividad y neutralidad, se supone que la distinguen de otros discursos. Esta herramienta ha sido manejada en los recientes procesos electorales en México para incidir en la formación de la opinión pública. Otro elemento que también incide en las encuestas considera Ai Camp lo es el elemento de la censura, esto resulta a partir de las restricciones y/o coacciones a la prensa.

Gráfico 1: Generación y difusión de encuestas durante tres meses (marzo a junio 2012).



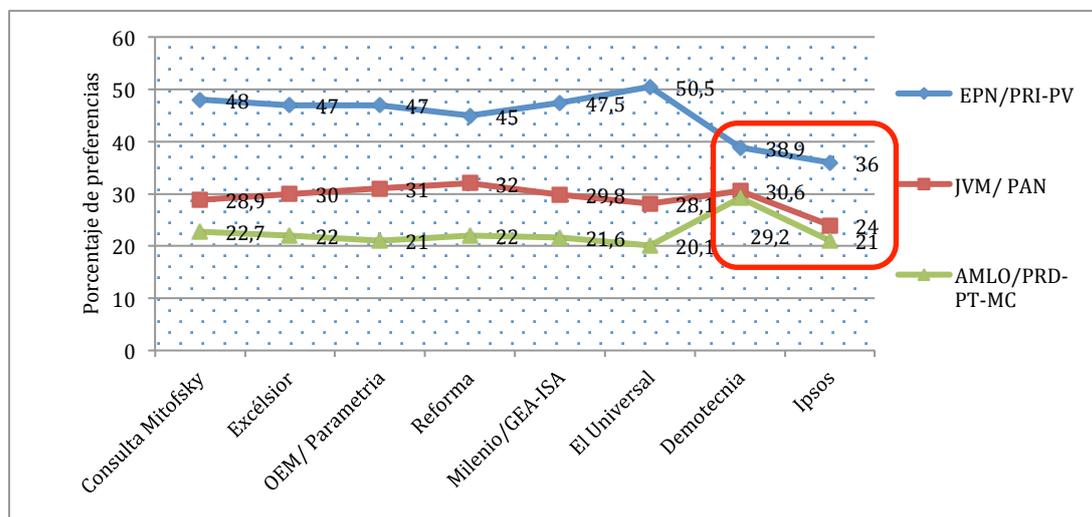
Fuentes: *1. IFE, *Cuarto Informe*, Abril 2012, , disponible en; http://www2.ife.org.mx/documentos/proceso_2011-2012/EncuestasConteosRapidos/inicio.html

*2. IFE, *Quinto Informe*, mayo 2012. disponible en; Idem. *3. IFE, *Sexto Informe*, junio 2012, disponible en; Idem.

Podemos observar en el anterior gráfico 1, que en particular los meses de abril, mayo y junio¹⁰, se registró una avalancha de encuestas, por su número y difusión. El proceso electoral mexicano se desarrolló en un contexto distinto al de 2006, en diversos ángulos, pero a la vez idéntico en otros. Continuó la intervención de poderes fácticos, claramente la principal televisora con su manifiesto y evidente sesgo favorable hacia el candidato del PRI, intervención que fue discutida incluso en medios internacionales¹¹. Lo que se hizo evidente es que la joven democracia mexicana es aún acosada desde varios frentes.

La ola de encuestas llegó de la mano del debate sobre su seriedad y sobre todo, desde el círculo rojo se incrementaba la suspicacia sobre quién financiaba tantos ejercicios difundidos en la prensa, radio y televisión. El debate en torno de estos instrumentos estadísticos creció también de manera exponencial. En los programas radiofónicos llamaban ciudadanos preguntando: ¿conocen ustedes a alguien que hubiera sido encuestado?

Gráfico 2: Preferencias según cada casa encuestadora (marzo 2012).



Fuente: <http://www.reforma.com/>; <http://www.mitofsky.com.mx/>;
<http://www.milenio.com/>;
<http://www.demotecnia.com/>; Para *Excélsior*: <http://www.bgc.com.mx/>; <http://www.ipsos-bimsa.com.mx>.

¹⁰ Coincidiendo con los meses (abril, mayo y junio) en que se desarrolló la campaña.

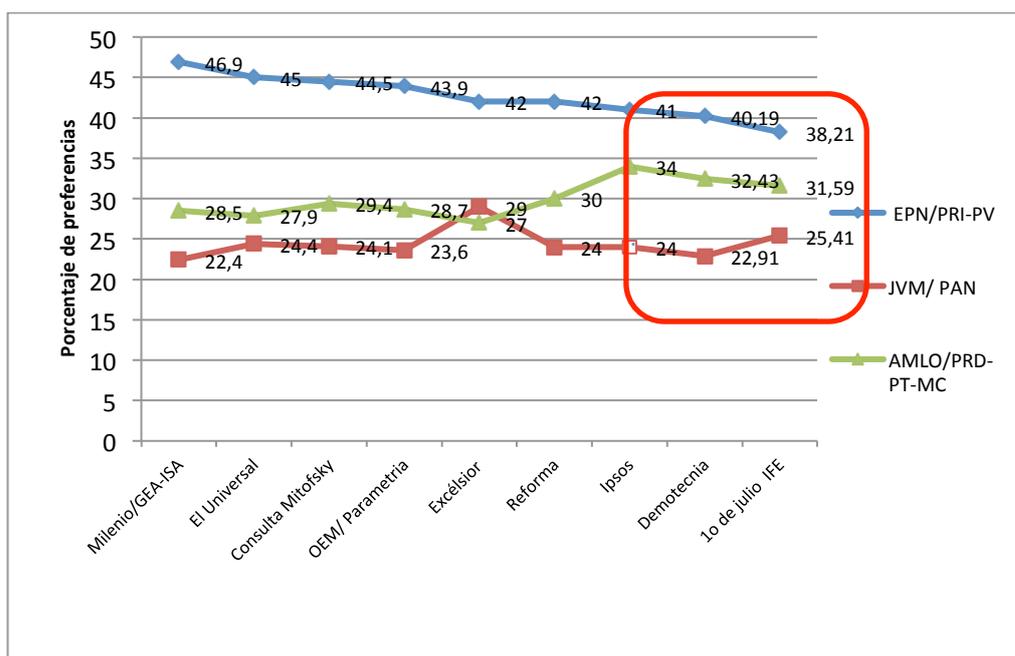
¹¹ Estamos pensando claramente en los reportajes del periódico inglés *The Guardian*.

En este gráfico se pueden observar las coincidencias de las 5 encuestas más difundidas que son: “Consulta Mitosky”, *Excélsior*, Organización Editorial Mexicana, realizada por Parametria, la de *Milenio* GEA-ISA, aunque en este ejercicio del mes de marzo son muy similares los datos del grupo *Reforma* para el mes de mayo estuvo en el ojo del huracán justamente por que en su ejercicio la diferencia entre el primero y el segundo lugar (Enrique Peña del PRI-PV y Andrés Manuel López Obrador) fue de sólo 4 puntos. Particularmente la de Consulta Mitosky fue la más difundida al ser presentada en los diversos noticieros de la principal empresa televisora de México, además de la radio.

A propósito de esta disparidad a lo largo de la campaña (abril-junio) entre los dos grupos de encuestas la Consejera Electoral, María Marván señaló en entrevista:

¿Cómo pueden encuestas que dicen ser nacionales traer una 20 puntos de ventaja (de un candidato sobre otro) y otra cuatro? No es creíble. Eso quiere decir, necesariamente, que una de las dos miente...Y si no nos están entregando metodologías –añadió–, la situación se vuelve más preocupante porque puede llevar a cierta confusión al electorado. Una encuesta seria no es propagandística. (*La Jornada*, 3 de junio 2012).

Gráfico 3: Últimas encuestas presentadas antes de la elección (27 junio 2012).



Fuente: <http://www.reforma.com/>; <http://www.mitofsky.com.mx/>; <http://www.milenio.com/>; www.demotecnia.com/; *Para Excélsior*: <http://www.bgc.com.mx/>; <http://www.ipsos-bimsa.com.mx>.

En este tercer gráfico podemos observar que la encuesta que más se alejó del resultado final de la jornada electoral fue la de Milenio-GEA-ISA. El periódico se disculpó con sus lectores por tal desatino, pero lo mismo había ya ocurrido con el mismo diario aunque con distinta casa encuestadora. Tal pareciera que ese periódico ajusta su línea editorial para servir a intereses distintos a los de sus lectores. Lo mismo ocurrió con Consulta Mitofsky, empresa que trabajó para la principal empresa televisora de México, sus cálculos quedaron fuera del margen de error (+/- 2.5%) al alejarse en poco más de 6 puntos del resultado de la jornada electoral. Las únicas encuestas que fueron certeras y sus datos quedaron dentro del rango de error son la que destacamos con rojo en el gráfico.

A manera de cierre

El informe del PNUD destaca que hay un consenso académico en el que el camino del gobierno hacia un Estado democrático deben cumplirse las siguientes condiciones (Cuadro 2.1, “La democracia de Ciudadanía”:42):

1. Autoridades públicas electas;
2. Elecciones libres y limpias;
3. Sufragio Universal;
4. Libertad de expresión;
5. Acceso a información alternativa;
6. Libertad de asociación;
7. Un territorio que define a la comunidad votante;
8. La expectativa de que las libertades se mantendrán en lo futuro.

Consideramos que a partir del desarrollo del proceso electoral 2012, los puntos subrayados son aún una asignatura pendiente. Lo más grave quizás sea que la percepción generalizada es que la democracia en México no es el mecanismo para procesar las demandas de las mayorías y menos aún la forma de generar bienestar ciudadano. Se considera que el proceso político de elección de autoridades se encuentra capturado por élites y poderes fácticos quienes se convierten así en un a suerte de “gran elector”.

Referências

- AGUAYO, Sergio. *Un balance de la alternancia, 2000-2010*, en Vuelta en U. Guía para entender y reactivar la democracia estancada, México, Taurus, pp. 231-254. 2010.
- AGUILAR, F. Luis. *El concepto/enfoque de Gobernanza: sus características esenciales*, en Gobernanza: El nuevo proceso de gobernar, México, FriedichNaumanStiftung, pp. 31-43. 2010.
- AZIZ, Alberto. *La construcción de la democracia electoral*, en Una Historia Contemporánea de México. Transformaciones y permanencias, México, Ediciones Océano, pp. 367-419. 2005.

- BASAÑEZ, Miguel y ENRIQUE, Alducin. *Las encuestas políticas en México*, en la revista Este País, México, número 181, pp. 76-81. 2006.
- COHEN, Jean Louis. *Cambiando paradigmas sobre la ciudadanía y el exclusivismo de la demos*, en Democracia y Ciudadanía en la Sociedad Global, María Cristina Camacho (compiladora), México, UNAM-Aragón, pp. 115-145. 2001.
- CRESPO, José Antonio. *México: participación electoral, comicios concurrentes y desarrollo estatal*, en Domingo C. Pablo (coord.), México, El Colegio Mexiquense A.C., pp. 313-340. 2005.
- CROUCH, Colin. *Posdemocracia*, México, Taurus. 2004.
- DEL MAR, Rey María. *María de las Heras. Presidenta fundadora de De las Heras Demotecnica*, México, periódico El Nuevo Mexicano, p. 16. 2012.
- La Jornada, Domingo 3 de junio 2012,
<http://www.jornada.unam.mx/2012/06/03/politica/007n1pol>
- PNUD. *Capítulo 2, Difusión de la ciudadanía y la sociedad del bienestar*, en Nuestra Democracia, México, Fondo de Cultura Económica, pp. 37-56. 2010.
- ROGELIO, Hernández. *La transformación del presidencialismo en México*, Una Historia Contemporánea de México, México, Ediciones Océano, pp. 89-115. 2005.

ANÁLISIS DE LA CONFIANZA CIUDADANA EN EL PROCESO ELECTORAL 2012 EN MÉXICO

Analysis of public trust in the 2012 elections in Mexico

Angélica Mendieta Ramírez
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)
✉ angelicamendietaramirez@yahoo.com.mx

Jorge Luis Castillo Durán
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)
✉ cast_duran@yahoo.com

Resumen: El pasado proceso electoral del 1 de julio del dos mil doce en México, registra una serie de acontecimientos que expresan la pluralidad política y la polarización que se vive en las contiendas electorales contemporáneas en la región de América Latina. Es importante repensar las formas y los contenidos de fondo que nutren a las estrategias de la comunicación política, con la finalidad de identificar la estrecha relación que guardan los comportamientos electorales con la construcción de la cultura política. Se impone la necesidad de reflexionar a la competencia electoral en términos del electopartidismo, que relaciona la competitividad partidista con la participación electoral, así como en la configuración de la imaginación política, que trascienda por medio de la comunicación a entrelazar los tejidos institucional, simbólico, cultural y económico que sustentan el actual sistema político, en la idea de generar espacios públicos participativos y coherentes con la realidad nacional e internacional que hoy enfrentan los países de la región.

Palavras-chaves: confianza ciudadana, pluralidad política, contiendas electorales, electopartidarismo.

Abstract: The election process from 1 July two thousand and twelve in Mexico, recorded a series of events that express political pluralism and the polarization that exists in contemporary electoral contests in Latin America. We have to rethink the form and content of background that feed strategies of political communication, in order to identify the close relationship between electoral behavior with the construction of political culture. There is a need to reflect the competition electoral in terms of electopartidismo, partisan competitiveness relating to electoral participation and in shaping the political imagination that transcends by means of communication to weave the fabric institutional, symbolic, cultural and economic that sustain the current political system, the idea of creating public spaces participatory and consistent with national and international reality now faced by countries in the region.

Key words: public confidence, political pluralism, electoral contests, electopartidarismo.

Introducción

México es un país en el que la participación electoral recurrente en los comicios para elegir presidente de la república oscila entre el 50 y 60 por ciento del total del padrón de ciudadanos registrados, este comportamiento parece indicar una falta de interés por parte de los ciudadanos en este tipo de actos, aun cuando está establecido por el artículo 35 constitucional, como prerrogativa y no como obligación.

Desde 1920 hasta el año 2000, el ambiente preponderante durante los procesos para la elección presidencial era de una mínima posibilidad de competencia real, por lo que el triunfador era claramente identificado previamente a la realización del proceso y no existía demasiado interés del ciudadano por participar; privaba la convicción de que el ganador estaba definido, sin necesidad de llevar a cabo la votación.

Este escenario cambia en el año dos mil, con el triunfo del candidato postulado por el Partido Acción Nacional (PAN), en oposición al tradicional triunfo del Partido Revolucionario Institucional (PRI), lo cual genera un entusiasmo creciente, apoyado en la percepción de que el triunfo no está garantizado ya para el PRI, por lo que el voto sí cuenta y tiene importancia para definir al triunfador, lo cual implica que el valor del voto es reconocido y expresa la realidad de que la voluntad popular es protegida por el Instituto Federal Electoral (IFE), que el 2 de Julio de ese año, adquiere su máximo nivel de confianza y credibilidad como una institución que respeta y consolida la decisión de los ciudadanos, apoyando la transición a la democracia electoral a la que México aún no había accedido.

Posteriormente la elección presidencial del año dos mil seis, presenta un resultado en el que la diferencia entre el primer y segundo lugar, es menor a un punto porcentual (0,56%), lo que evidencia la necesidad de que las decisiones del IFE deben ser claras, firmes y apoyadas en la legalidad, que

correspondan necesariamente al reconocimiento, aceptación y convicción de que el resultado es veraz y no admite la posibilidad de cuestionar que existió una tendencia para favorecer a alguno de los candidatos. La historia reciente demuestra que esto no ocurrió así.

La duda, la incertidumbre, la sospecha de fraude entre la mayoría de los que no apoyaron al candidato declarado triunfador en dos mil seis no ha sido dilucidada y, después de seis años se presenta un nuevo proceso electoral, en el que aquellas persisten y generan una sombra que prevaleció a lo largo de las campañas que se desarrollaron entre el 30 de Marzo y el 27 de Junio de dos mil doce, derivando en la gran sospecha que hoy persiste entre los simpatizantes del, por segunda ocasión consecutiva, declarado oficialmente como candidato perdedor, Andrés Manuel López Obrador, postulado por la alianza de tres partidos de izquierda; lo anterior ha derivado en movilizaciones populares que expresan la falta de certeza respecto a la legalidad del proceso electoral, esta percepción se extiende hacia la consecuente actuación del IFE para declarar un resultado oficial. Lo anterior se traduce en desencanto y una latente desconfianza que repercutirá en una probable disminución en la participación ciudadana en próximos comicios electorales, apoyada en la convicción de que el sucesor presidencial está definido desde afuera de las urnas y el voto deja de tener valor como opción de elección y se torna en un mecanismo de legitimidad formal que se requiere para cumplir con los lineamientos legales establecidos, pero que no necesariamente, expresa la voluntad popular.

Reflexiones en torno al proceso electoral federal en México. Julio de 2012

No obstante la creciente movilización poselectoral, es un hecho indisputable que el pasado primero de julio de dos mil doce, los mexicanos manifestaron su confianza en las instituciones que sustentan al Estado de

derecho, mediante el ejercicio del sufragio; según los datos publicados por el Instituto Federal Electoral en su página electrónica, el 63.14% de los ciudadanos registrados en la lista nominal acudieron a las casillas electorales a emitir su voto. Este resultado significa una cota histórica que nunca antes se había expresado desde que México enfrenta procesos electorales con un alto nivel de competitividad partidista.

Desde 1988 y a partir de la organización del Instituto Federal Electoral en los años noventa, como una entidad autónoma, ciudadanizada y altamente profesional en el ejercicio de sus funciones, ningún proceso electoral federal había logrado concitar la voluntad y participación de los electores al nivel expresado el primero de julio de dos mil doce. Este acontecimiento político-electoral obliga a reflexionar acerca de la eficiencia y efectividad del Instituto Federal Electoral en la consolidación de la confianza de los ciudadanos de cara al proceso electoral.

¿Qué fue lo que sucedió en la etapa previa al proceso electoral, durante las campañas y en la jornada misma que hizo posible llegar a estos niveles de confianza expresados en la participación ciudadana?

Con la reserva de profundizar en cada una de las variables que inciden en la respuesta a esta pregunta, nos permitimos enunciar algunas reflexiones que sirvan como punto de partida para construir un marco teórico-conceptual que facilite la comprensión de lo acontecido el primero de julio pasado y sirva como expediente de análisis para identificar el papel de la confianza en la legitimación de instituciones político-normativas como lo es el Instituto Federal Electoral y el Tribunal Federal Electoral en México.

1. *Electopartidismo*: en estudios precedentes (Mendieta, 2011) y (Mendieta y González 2012) se ha presentado una propuesta de análisis denominada *electopartidismo*, mediante la cual es factible identificar el papel que desempeñan los niveles de participación ciudadana y competitividad partidista;

así como el tipo de competitividad para dar lugar a la manifestación de tendencias de comportamiento electoral previsible desde la historia y la cultura de una sociedad determinada.

Al respecto, Mendieta (2011) sostiene, con respecto a los procesos electorales federales hasta el año 2006, que:

Después de haber analizado los procesos electorales federales presidenciales y de diputados por mayoría relativa en el estado de Puebla y de medir el grado de *electopartidismo*, en términos de participación electoral, podemos afirmar que toda elección, llámese presidencial o de diputados, se encuentra íntimamente ligada al concepto de cultura política, la cual es dinámica, porque depende del escenario político en que se desenvuelven las campañas político-electorales, ya que éstas influirán en el comportamiento electoral de los ciudadanos. (2011, p.151).

Más adelante, Mendieta y González (2012) identifican que la propuesta de análisis implicada en el *electopartidismo* reconoce un problema clave:

El debilitamiento de la legitimidad de las instituciones políticas y de los partidos como agentes de intermediación entre la sociedad civil y el Estado. Los partidos y su sistema de interacción en México, requieren madurar mediante el establecimiento de estrategias de corto, mediano y largo plazos que en el fondo implican el establecimiento de compromisos sociales que trascienden su desempeño inmediato de cara a un proceso electoral específico. (2012, p.34).

A la luz de estas afirmaciones, la fórmula de análisis político-electoral que aporta el *electopartidismo*, nos permite afirmar que a mayor índice de participación ciudadana, combinada con un alto grado de competitividad partidista, da como resultado un nivel real de *electopartidismo* que a su vez, facilita identificar el nivel de confianza en las instituciones. La elección federal mexicana de 2012, presenta un alto grado de competitividad y un mayor nivel de participación que hicieron posible arribar a un nivel real de *electopartidismo* y a una mejor calidad de la democracia en el espacio público mexicano.

Podríamos concluir esta primera reflexión diciendo que: a mayor nivel de realización del *electopartidismo*, mejor calidad de la democracia y un mayor

índice de confianza en las instituciones, acompañado de la consolidación de la cultura política democrática. Por el contrario, a menor nivel de realización del *electopartidismo*, menor calidad de la democracia, disminución de la confianza en las instituciones y un debilitamiento de la cultura política democrática.

Tal parece que el primero de julio, los mexicanos que votaron, hicieron manifiesta su confianza en las *reglas del juego* electoral y en la cultura política democrática. La experiencia de las marchas y las manifestaciones como mecanismo de acceso al poder, ha probado su ineficiencia y debilidad democratizadora. Puede ser un medio, pero poco efectivo en la construcción de un espacio público incluyente, participativo y atento a la preservación del Estado de derecho. Si se quiere construir legitimidad se requiere trabajar antes y después de las urnas, pero siempre con las urnas, no sin ellas. Intentar otros senderos, es arriesgarse al abismo de la intolerancia y al quiebre de las democracias como lo vio con acierto hace más de treinta años Juan Linz.

2. **Comunicación e imaginación política:** las campañas políticas del año dos mil doce, abrieron un espacio para que, derivado del alto nivel de competitividad partidista y la creciente participación ciudadana se expresarán diversos posicionamientos mediante movimientos como el Movimiento por la Paz con Justicia y Dignidad; el llamado #Yo soy 132; o a partir de reflexiones académicas como las realizadas por intelectuales como Héctor Aguilar Camín; Jorge G. Castañeda y un grupo de investigadores de la UNAM entre los que se encontraban Rolando Cordera y René Drucker. Se perfiló un escenario de competencia cuestionado y sometido al escrutinio público desde muchos ángulos de análisis.

La construcción de la confianza ciudadana en el proceso electoral enfrentó el reto de disminuir la bruma provocada por las encuestas y la saturación informativa de la campaña mediática. Configurar un perfil idóneo de cada candidato resultó una tarea compleja y que sólo se lograría alejando al candidato de los colores de su partido. Una vez más, se trata de potenciar el

carisma de la persona por encima de la fuerza y consistencia histórica de las instituciones. Sin embargo, al final, en la boleta electoral, el ciudadano tuvo que manifestar su confianza en una tendencia política particular ligada a un color partidista.

Los candidatos punteros, Andrés Manuel López Obrador y Enrique Peña Nieto, decidieron fortalecer sus propuestas y, en lo posible evitar el terreno de la confrontación. Josefina Vázquez Mota, se inclinó por una estrategia de cuestionamiento a sus adversarios políticos lo que disminuyó la fuerza de su propuesta al desprestigiar a los candidatos del Movimiento Progresista y de la Alianza Compromiso por México. El cuarto contendiente, Gabriel Quadri arrastró con la sombra de su origen y difícilmente logró superar el mínimo indispensable para mantener el registro de su partido.

Los resultados de la contienda por la Presidencia de la República están en la mesa: 38.15% Enrique Peña Nieto; 31.64% Andrés Manuel López Obrador; 25.4% Josefina Vázquez Mota y 2.3% Gabriel Quadri.

Esta elección abre el escenario para estudiar cómo se construye la confianza ciudadana desde las estrategias de comunicación política. El asunto regresa, nuevamente, a las capacidades de producir una cultura política democrática coherente con las expectativas de desarrollo de los distintos tejidos social, cultural, político y comunicacional que le otorgan legitimidad a los partidos y sus candidatos en un escenario de alta competitividad y creciente participación ciudadana. Como lo señalan Mendieta y González en su libro *La elección no sólo es ni está en las urnas. ¿Y la imaginación política?* (2012):

Este carácter movilizador de la comunicación política como ‘cadena de transmisión’, se ve impulsado por el ‘combustible’ de la imaginación política que es capaz de visualizar los ‘océanos azules’, lo posible de la condición imposible en que se encuentran las comunidades y las personas.” (2012: 58)

Hacer política en el marco de una sociedad de la información y la comunicación compleja y dinámica, demanda de los actores una creciente

imaginación política comunicable a través del entramado institucional, simbólico, cultural y económico del sistema político y sus exigencias de legalidad y legitimidad. Querer hacer política a espaldas de estas exigencias, es navegar sin rumbo, con soluciones coyunturales y sin proyecto de nación capaz de convocar las voluntades en torno al interés común.

LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2012: UN ANÁLISIS SOBRE LA PARTICIPACIÓN DE LOS JÓVENES MEXICANOS

Presidential election 2012: an analysis of the participation of young mexican

Fabiola Coutiño

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)

✉ fabiola.coutino@hotmail.com

Resumen: *A diferencia de otros, en los procesos electorales federales de 2011-2011 surgió un actor protagónico distinto, pues a cincuenta días de la elección inició un fenómeno sin precedentes en nuestro país: lo que comenzó como el señalamiento al candidato de la coalición Compromiso por México fue el detonante de un movimiento que ha puesto en jaque a la élite política, en su momento, por la cercanía de la jornada electoral y, posteriormente, por el desconocimiento de los resultados de la elección presidencial. En ese sentido, el quid de este ensayo es analizar, por un lado, las distintas etapas del proceso electoral, y por otro, el curso de un movimiento social que fue irrumpiendo en ellas como fuerza antisistema, retando al poder político en un escenario de alternancia fuertemente debatida.*

Palabras clave: *elecciones, proceso electoral, poder, alternancia, jovenes.*

Abstract: *In contrast to others in the federal elections of 2011-2011 emerged a different lead actor, for fifty days before the election began an unprecedented phenomenon in our country: what began as the marking the candidate of the coalition commitment by Mexico was the trigger for a movement that has jeopardized the political elite, in turn, by the proximity of election day and, later, by the ignorance of the results of the presidential election. In that sense, the crux of this essay is to analyze one hand, the different stages of the electoral process, and secondly, the course of a social movement that was breaking into them as antisystem force, challenging the political power in a scenario alternation hotly debated.*

Key words: *. elections, electoral process, power, alternating, young.*

Introducción

Son nueve meses los que transcurrieron desde que se instaló el Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) hasta el día de la elección en la

que participó el 62% de los 79 millones 571 mil 297 ciudadanos que conforman el padrón electoral. No obstante, aunque es claro que cada proceso electoral es muy diferente a los otros, con mayor razón este último, pues los jóvenes, herederos de una tradición participativa¹², se han volcado a las calles a expresar diversas demandas enfocadas a transformar un sistema político al que han definido como autoritario, así, la *primavera mexicana* se vio reflejada en las urnas del primero de julio, marcando un parteaguas en la historia electoral del país. En ese sentido, la primera parte de este trabajo presenta el contexto del proceso electoral 2012; la segunda describe el comportamiento de los jóvenes en distintos momentos del proceso y la tercera reflexiona sobre el papel de los jóvenes quienes han determinado el viento de cambio de la vida política del país.

La etapa de preparación de las elecciones y el inicio de un movimiento social impulsado por jóvenes

En las democracias modernas, los procesos electorales implican las estrategias derivadas del consenso entre los actores para integrar la representación política, sin embargo, en ciertos casos, la normatividad electoral oculta una diversidad de aspectos que se oponen a los principios de igualdad política y competencia política equitativa, afectando los esquemas en los que se desenvuelve la participación. El tipo de normas electorales¹³ puede, en este caso, permitir que se produzcan y/o reproduzcan conductas ilegales,

¹² Tomemos en cuenta que el movimiento del 1968 tuvo, de inicio, el mismo propósito que el *yo soy 132*: exigir transparencia y democratización de los medios de comunicación; incremento en el número de matrícula y ponerle alto a la corrupción. En Puebla, el movimiento tuvo curso a inicios de los setenta y para fines de 1972 fue asesinado el Profesor Enrique Cabrera. La lucha estudiantil en Puebla implicó la renuncia del Gobernador. Consúltese Sotelo Mendoza, Humberto, 1972 – 1973, *Puebla de los demonios*. Gobierno del Estado de Puebla y BUAP, Cuadernos del Archivo Histórico, México, 1978.

¹³ Markoff, John, *Olas de democracia, movimientos sociales y cambio político*, editorial Tecnos, Madrid, 1999.

sobrerrepresentación política, triunfos legales pero ilegítimos, violación de derechos humanos, etc., afectando seriamente el consenso que respalda a quienes resultaron electos.

En nuestro caso, el proceso electoral para renovar la Presidencia de la República, 300 diputaciones electas por mayoría relativa; 200 por representación proporcional, 128 senadurías, y elecciones concurrentes en 15 Estados, inició el 7 de octubre de 2011 con un órgano de dirección incompleto¹⁴ y con el resguardo del ejército¹⁵, aspecto nunca antes visto en los comicios mexicanos.

Comenzaron las precampañas el día 18 de diciembre, pues el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que es en la tercera semana de diciembre de 2011. Después de los distintos procesos internos de selección para definir la integración de las candidaturas de los partidos y acordadas dos coaliciones representadas por los candidatos más fuertes¹⁶, se registraron ante el Consejo General del IFE. Las campañas por la Presidencia de la República iniciaron el día 30 de marzo.

Peña Nieto abrió en la Plaza de la Liberación en Guadalajara, en medio de un acto masivo en el que expuso sus proyectos; Josefina Vázquez Mota, acompañada por la esposa del Presidente Calderón, Margarita Zavala, comenzaba su campaña con el abandono de su partido, derivado de la división provocada por la designación de su candidatura en las elecciones preliminares, lo cual se reflejó en los lugares casi vacíos en los que se presentaba, al grado de tener que cancelar algunos eventos políticos, la característica de su

¹⁴ El Consejo General que se integra con 9 consejeros electorales, sólo contaba en ese momento con 6 de ellos: Leonardo Valdés, como Presidente del organismo; Macarita Elizondo Gasperín, Marco Antonio Baños Martínez, Francisco Javier Guerrero Aguirre, Alfredo Figueroa Fernández y Benito Nacif Hernández. Véase <http://mexico.cnn.com/nacional/2011/10/07/>

¹⁵ Véase la revista proceso 7 de octubre de 2012.

¹⁶ Enrique Peña Nieto, candidato de la coalición Compromiso por México (PRI-PVEM) y Andrés Manuel López Obrador, candidato de la coalición Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA: PRD, PT y MC).

campana fue el desprestigio continuo hacia el candidato del PRI-PVEM¹⁷ y hacia el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), sin embargo, la candidata del PAN, tras haber ocupado el segundo lugar en buena parte de las encuestas, no pudo evitar las consecuencias de una mala campana, que incluso, repercutieron en el hecho de haber sido prácticamente corrida de un restaurante conocido¹⁸; López Obrador, por su parte, abrió en Macuspana, Tabasco; Gabriel Quadri, del Partido Nueva Alianza abrió en el Puerto de Veracruz. Así, mientras unos iniciaban exitosamente sus campanas, la candidata del PAN tuvo problemas desde el comienzo.

Las propuestas de los candidatos, en general, se basaron en tres aspectos: combatir la pobreza; mejorar la economía del país y mejorar la seguridad pública. Andrés Manuel López Obrador presentó un cambio en la estrategia de campana respecto a 2006, su giro fue hacia la inclusión, pues se reconcilió con Cuauhtémoc Cárdenas.

Inicio del movimiento *yo soy 132*

A medida que avanzaba la primera etapa del proceso electoral fueron surgiendo diversos aspectos que más tarde darían lugar a la expresión de rechazo por parte de los jóvenes estudiantes, quienes fueron encontrando apoyo a su movimiento emergido justamente cuando el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Enrique Peña Nieto se presentó en la Universidad Iberoamericana el 11 de mayo de 2012 para participar en el foro “Buen Ciudadano Ibero”, lo cual sólo provocó la reacción de los jóvenes de educación superior, quienes lo despidieron con insultos reclamándole la brutal

¹⁷ Miguel Ángel Solá, el autor de la campana negra emprendida contra AMLO en 2006: *soy un peligro para México*, fue quien respaldó la campana de Josefina Vázquez Mota. <http://mexico.cnn.com/videos/2012/03/31/inician-campanas-presidenciales-en-mexico>.

¹⁸ Unos días después del terrible fracaso del inicio de campana de Josefina Vázquez Mota, la candidata, acompañada de Gustavo Madero declaraba a los medios los fuertes *conflictos internos del partido que habían consumido energía política*. Véase la página de Información y Análisis de América Latina <http://www.infolatam.com/2012/04/10/> El hecho de no haber tenido el apoyo de **Felipe Calderón**, era una desventaja, porque el presidente apoyó a Ernesto Cordero en las elecciones primarias y mientras ella obtuvo el 53.2 % de los votos, Cordero sólo logró el 39.4%

represión ejercida contra los de Atenco¹⁹, así como su relación con Televisa y TV Azteca. Peña Nieto, entre los abucheos fue llamado *asesino*, debido a la represión sufrida por residentes de Atenco, quienes defendieron a un grupo de comerciantes de flores.²⁰

Este fue el primer escenario en donde los estudiantes se rebelaron en contra de una campaña claramente inequitativa por el respaldo de las dos televisoras más importantes del país al político perteneciente al *grupo Atlacomulco*, uno de los grupos más influyentes en la política mexicana. A partir de ahí, cada día del proceso electoral implicaba incertidumbre en la clase política.

La descalificación del PRI al movimiento

Con un sentido claramente autoritario y como respuesta a ese primer cuestionamiento de los estudiantes al candidato del PRI, Pedro Joaquín Coldwell, los llamó *grupo de jóvenes intolerantes, porros y acarreados*. Aprovechando las ventajas de internet, ellos subieron un video el cual daba cuenta de su autonomía, libertad y responsabilidad en lo acontecido.²¹ Al día siguiente José Narro Robles, Rector de la Universidad Nacional Autónoma de México, y José Morales Orozco, Rector de la Universidad Iberoamericana manifestaron su apoyo a las protestas del 11 de mayo.²² Los días siguientes, diversos actores políticos, periodistas, líderes sociales y otros se fueron sumando para respaldar al movimiento *yo soy 132*.

¹⁹ El Universal, 12 de mayo de 2012.

²⁰ Los hechos del 3 y 4 de mayo de 2006 incluyeron la violación de 10 derechos humanos a 209 personas; se lesionaron y torturaron a 206 personas, de las cuales, 26 mujeres sufrieron agresiones y violaciones sexuales. Esto ocurrió porque los pobladores de Atenco, perteneciente a Texcoco, Estado de México, respaldó a un grupo de comerciantes. Véase <http://economista.com.mx/columnas/columna-especial-politica/2012/05/21/pena-nieto-atenco>

²¹ <http://mexico.cnn.com/nacional/2012/05/14/>

²² El Universal, 15 de mayo de 2012.

Las marchas impulsadas por el *yo soy 132* y la represión

Los días 18 y 19 se realizaron dos marchas exigiendo la democratización de los medios de comunicación. La protesta se realizó frente a las instalaciones de Televisa y TvAzteca: esos fueron los primeros pasos de un movimiento que se fue generalizando en cada uno de los Estados del país. El 28 de mayo, en una marcha que inició en Chapultepec 18 a la Secretaría de Gobernación, los jóvenes fueron bloqueados por granaderos, esta fue solo la primera, de las variadas formas de represión que experimentó el movimiento durante la primera etapa del proceso electoral, pues su recepción en cada uno de los Estados fue distinta.

En cuanto al segundo debate, realizado el 10 de junio en medio de una protesta nacional *antipeña*, los principales periódicos de Estados Unidos destacaban el ataque frontal de la candidata del PAN a sus contendientes.²³ La participación de estudiantes de Veracruz, Distrito Federal, Cancún, Puebla, Morelos, Querétaro, Nuevo León, Chiapas procedentes de diferentes instituciones incluyó la portación de pancartas dirigidas incluso hacia la esposa de Peña Nieto.²⁴ Los jóvenes anotaron su primer hit cuando 3 de los 4 candidatos aceptaron ir a un tercer debate, no oficial, pero sí significativo. Se realizó en el auditorio Digna Ochoa, de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal a las 20:00 horas y tuvo una duración de 2 horas, como era de esperarse, no asistió Peña Nieto. La opinión pública cuestionó el desinterés de las televisoras para transmitirlo, aún así, se difundió en YouTube, recibiendo más de un millón de visitas.²⁵

²³ <http://www.cnn.mx/elecciones>

²⁴ Revista Proceso, 10 de junio de 2012

²⁵ Periódico el Universal, 19 de junio de 2012.

La jornada electoral

Si la participación de los jóvenes en la primera etapa del proceso electoral fue determinante, en la segunda, ni dudarlo. Desde las 7:00 a.m. muchos de ellos, en su carácter de observadores electorales estuvieron custodiando las casillas el 1 de julio, lamentablemente, la instrucción dirigida a los Consejos Distritales de respetar el derecho de los representantes de los partidos políticos a firmar cada una de las boletas electorales y la propia desconfianza hacia los funcionarios de casilla, hizo que el inicio de la votación en estos órganos electorales seccionales, se retrasara hasta dos horas. En la mayor parte de las casillas del país, la votación comenzó tan tarde, que muchos ciudadanos prefirieron retirarse.²⁶

La profesionalización electoral del IFE estaba en juego por la deficiente capacitación de los funcionarios de casilla, quienes al llenar las actas cometieron muchos errores, sobre todo por el desconocimiento para anotar los resultados a favor de las coaliciones. Las dudas de la ciudadanía se reflejaron en las actas que posteriormente se colocaron en la página del IFE, curiosamente, en cuanto a los datos del PREP, PAN y PRI tenían claramente anotados los votos, pero el PRD no; la leyenda que aparecía en este caso era *ilegible*.²⁷

Por otra parte, en su experiencia como observadores, muchos jóvenes fueron sacados de los lugares en que se instalaron buena parte de las casillas; intimidados; llamados delincuentes; amenazados, aún así estuvieron al pie del cañón como espectadores, refiriendo las inconsistencias jurídicas de la jornada: compra de votos; coacción sobre los electores; *carrusel*; reparto de despensas; dinero; cafeteras; cobijas; etc.

²⁶ Periódico La jornada, 2 de julio de 2012

²⁷ Véase resultados del PREP en la página ife.org.mx

Etapas de resultados electorales

Por lo que respecta a los resultados tenemos lo siguiente, Enrique Peña Nieto: 37.97%; Andrés Manuel López Obrador: 31.77%; Josefina Vázquez Mota: 25.46% y Gabriel Quadri de la Torre: 2.31%.²⁸ Aunque los resultados colocaron a Peña Nieto como triunfador, la Comisión de Vigilancia Ciudadana del movimiento *yo soy 132* informó que hasta el 3 de julio habían sistematizado 1100 casos de presuntas irregularidades.²⁹

En consecuencia, a diferencia del proceso electoral federal de 2006 en donde la participación electoral fue de 58.55%, los resultados de los comicios del 1 de julio reflejan un aumento al 62%. La participación de los jóvenes manifestada en cada una de las etapas con intensidad, en su figura como observadores³⁰ es otra diferencia. Con un registro de 32,805 observadores electorales, un 29% superior a 2006³¹, buena parte de ellos fueron jóvenes que pudieron verificar diversas actividades realizadas por los órganos electorales, los candidatos y los ciudadanos, antes, durante y después de la jornada electoral del 1 de julio.

Conclusiones

A pesar de la errónea idea que se ha tenido acerca de que los jóvenes son apáticos e indiferentes hacia la política, hoy vemos que son el actor protagónico de este proceso electoral que aún no termina, pues falta resolver los juicios de inconformidad iniciados contra los resultados electorales, los cuales tendrán que ser resueltos por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación³² antes de entregar la constancia de Presidente Electo a Enrique Peña Nieto.

²⁸ Consúltese la página ife.org.mx, 11 de julio de 2012.

²⁹ Periódico El Universal, 4 de julio de 2011.

³⁰ Véase Periódico La Jornada, 1 de julio de 2012.

³¹ Consúltese la página ife.org.mx

³² Portal de Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en México te.org.mx

Hoy los ojos de todos están concentrados en las actividades que diariamente realiza el *yo soy 132*, cuestionando los resultados de una elección que se caracterizó por una competencia desigual. El movimiento es respaldado por millones de simpatizantes, tanto del país, como del extranjero, no cabe duda que los jóvenes, dada su proporción en las sociedades contemporáneas, son un sector estratégico que puede incidir en la creación de condiciones para consolidar una democracia de calidad.

Referências

BOUZA, Fermín. *The impact real of political communication: citizenship faced with public discourse*, International Review of Sociology, Volume 14, Issue 2, 2004.

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales 2012.

COUTIÑO, Fabiola. *El nuevo modelo de comunicación que establece el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales: razones para la confrontación*, revista Análisis Social, Universidad Iberoamericana, México, 2009.

CÓRDOVA, Vianello; LORENZO; MURAYAMA, Ciro. *Elecciones, Dinero y Corrupción*, editorial Cal y Arena, México, 2006.

IBINARRIAGA, José Adolfo; HASBUN, Roberto. Trad. *El arte de la guerra electoral*, Editorial Campus Libris, primera edición, México, 2009.

MARKOFF, John. *Olas de democracia, movimientos sociales y cambio político*, editorial Tecnos, Madrid, 1999.

MENDOZA, Humberto Sotelo. *1972 – 1973, Puebla de los demonios*. Gobierno del Estado de Puebla y BUAP, Cuadernos del Archivo Histórico, México, 1978.

Periódico El Universal, 12 de mayo de 2012, 15 de mayo de 2012, 19 de junio de 2012, 4 de julio de 2012.

Periódico La Jornada, 1 de julio de 2012, 4 de julio de 2012.

Revista Proceso 7 de octubre de 2011, 10 de junio de 2012.

Portal del IFE: ife.org.mx y Portal del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación: te.gob.mx

<http://mexico.cnn.com/nacional/2011/10/07/>

<http://mexico.cnn.com/videos/2012/03/31/>

<http://www.infolatam.com/2012/04/10/>

<http://eleconomista.com.mx/columnas/columna-especial-politica/2012/05/21/>

MERCADOTECNIA ELECTORAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS ELECCIONES LOCALES Y FEDERALES DEL 2012

Merchantability electoral and media in local and federal elections of 2012

Lerins Varela Castro
Universidad Autónoma de Coahuila (UAdeC)
✉ lerins.varela@uadec.edu.mx

Resumen: *En el desarrollo del proceso electoral federal y en algunos de los estados que se llevaron a cabo recientemente en México, la participación de los medios de comunicación tuvo un papel preponderante en la inducción del voto de los ciudadanos y ciudadanas, esto se dio a partir del uso de las encuestas de opinión pública con fines mercadológicos, por lo que, exponemos algunos puntos de vista sobre el desarrollo del mismo proceso con los resultados obtenidos el 1 de julio del 2012.*

Palabras-chaves: *elecciones, proceso electoral, medios de comunicación, opinión pública.*

Abstract: *In the federal electoral process and in some states that were held recently in Mexico, the involvement of the media played an important role in inducing the vote of the citizens, this was from use of public opinion surveys with marketing purposes, therefore, we present some views on the development of the same process with the results obtained on July 1, 2012.*

Key words: *elections, electoral process, media, public opinion.*

Durante los procesos electorales que se han realizado en los últimos años, los partidos políticos y sus respectivos candidatos y candidatas a los puestos de elección, ya sea para Presidente de la Republica, Gobernadores, Alcaldes, Senadores, Diputados Federales y Locales, el uso de los medios de comunicación y de la mercadotecnia electoral se ha convertido en una moda a tal grado que se ha abusado de su implementación, por lo que se han hecho

necesario en algunos estados de la República y en la Federación iniciar reformas para legislar sobre precampañas y campañas, los gastos de las mismas y el uso equitativo de los medios de comunicación, pero como ha quedado constancia en la reciente elección del 1 de julio, dichas adecuaciones a los códigos electorales y al funcionamiento de los órganos electorales no han sido suficiente para legitimar los resultados de dichos procesos.

Dentro del estudio de la democracia electoral, uno de los temas que más preocupan es el relativo al papel de los medios de comunicación, debido a que socava el significado de la Democracia Representativa y Popular en la medida en que cada vez más los medios de comunicación influyen para que lleguen a los gobiernos personajes que no necesariamente han recibido el mandato libre de la mayoría de los electores, lo que se ha visto incluso como factor de ingobernabilidad.

Como hemos visto en las últimas elecciones, la orientación del voto cada vez está ocurriendo en función del candidato y no del partido político. Lo anterior amerita una mayor atención en la medida en que México los partidos políticos son las únicas vías por la que la ciudadanía puede acceder al poder público.

El desgaste de los partidos políticos y las instituciones electorales como impulsores de una cultura política democrática está en duda, no obstante los grandes esfuerzos que se han hecho en México para crear un sistema electoral que no sólo dé legalidad y transparencia a las elecciones.

La competencia electoral adquirió otro cariz posterior a las elecciones de 1994, producto de la crisis económica y social que supuso el cambio de modelo económico. En este contexto se hizo necesario adecuar las reglas de la competencia partidista, por lo que el COFIPE es reformado, para entre otros aspectos ciudadanizar el Instituto Federal Electoral y los Institutos Electorales de los Estados, con lo que estos adquieren autonomía respecto al Gobierno Federal y Estatal.

No obstante, lo anterior no resuelve los problemas de legitimidad y confianza en los Partidos y las elecciones, sobre todo por el uso poco transparente de los recursos externos en los últimos procesos electorales.

En este contexto, en las elecciones presidenciales del año 2000, entra a la escena la mercadotecnia política como el elemento innovador para la definición de las contiendas electorales. Aunque ya en otros países los medios masivos de comunicación jugaban un papel determinante en las elecciones, en México la mercadotecnia electoral cobra importancia por lo competitivo de los procesos electorales como los vivimos actualmente. Anteriormente este recurso de convencimiento y persuasión no tenía la misma competitividad de los procesos electorales. Durante mucho tiempo la hegemonía del partido oficial hizo innecesario ofrecer una oferta política con perfiles aceptados por la ciudadanía, partiendo de que esta era considerada más bien como una clientela cautiva, aun cuando existieran otros partidos políticos.

Esta situación obliga a pensar en la importancia de que las campañas electorales se hagan más en función de las necesidades de la ciudadanía, ante la falta de sensibilidad que existe acerca de las condiciones reales por parte de los partidos políticos, lo que propicia que estos lleven a cabo una tarea más de clientelismo electoral que de convencimiento político, sustituyendo de esta manera el programa electoral.

La presencia protagónica que está teniendo la propaganda electoral en los medios masivos de comunicación durante el desarrollo de los procesos electorales, hace necesario reflexionar sobre el impacto de esta estrategia mercadológica en el incremento de la participación de la ciudadanía y en la determinación de una cultura política más desarrollada.

En la reciente elección federal, vimos como los medios de comunicación se apropian de la opinión pública a través de las encuestas electorales, por lo cual los diversos medios de comunicación (radio, televisión, prensa e internet), contratan los servicios de grandes empresas encuestadoras

o crean sus propios equipos para realizar encuestas. Así vimos, alianzas de Televisa-Consulta Mitofsky, TV Azteca-Mendoza/Blanco y Asociados, Grupo Milenio-Gea Isa, Organización Editorial Mexicana-Parametria, El Universal-Buen Día y Laredo, etc, que en muchos de los casos los resultados se utilizaron como propaganda electoral para inducir el voto a favor de un candidato, en donde se le daba un margen de victoria de más de 40 puntos y con una diferencia del segundo lugar de un 15 por ciento

Ahora bien, hubo estudios que pudieron salvar su prestigio por manejar rangos de registro razonables (6.5% dato del IFE), como Demotecnia de María de las Heras 4 puntos, Berumen y Asociados de 6.1% o Ipsos-Bimsa con 7%, Otras encuestas que estuvieron muy alejadas de los resultados y que fueron difundidas por: Milenio con 18.4%, Radio Fórmula 17.7%, y los casos de Televisa, TV Azteca, OEM, Reforma, Excélsior y Arcop, que estuvieron en el rango del 15%.

A raíz de lo anterior, la sociedad (como es el caso del movimiento de estudiantes yo soy #132), ha entrado en una etapa de confrontación con los medios de comunicación, en donde se exige un papel con una mayor cobertura, plural, objetiva y equitativa en los procesos y en el futuro de la democracia en México.

La propaganda ha jugado un papel importante en los resultados de los procesos electorales. Sin embargo, cuando se hace el seguimiento de encuestas, se puede ver que los ciudadanos no necesariamente cambian sus preferencias hacia un partido determinado ni tampoco incrementan su participación. Una pregunta que surge es ¿Por qué el ciudadano no responde a estrategias electorales? Aunque los medios juegan un papel importante en la propaganda electoral ¿Qué tanto ha influenciado en la preferencia de los electores? ¿Realmente estos han cambiado sus preferencias electorales a partir de la imagen que se presenta de los candidatos en los medios?

En los diversos estados de la República, la participación de los ciudadanos en los procesos electorales, no obstante las campañas en los medios electrónicos e impresos, se puede decir que la propaganda política electoral no está impactando de la misma manera en la motivación de los ciudadanos para participar en los procesos electorales.

Dada también la permanencia del continuismo político en los estados, se puede decir también, que no es tan fácil que los electores cambien de preferencia política a partir solamente de las influencia de los medios, por lo que habrá que investigar sobre los otros elementos que estarían incidiendo para el cambio en las preferencias electorales.

Por último, como sucede después de cada elección, en la próxima legislatura, estaremos viendo de nueva cuenta la discusión de una “reforma electoral” y sobre todo el papel de los medios de comunicación en la vida democrática del país, lo cual no será fácil, dado que esto no depende tan sólo de los órganos legislativos, sino de la cada vez más activa e informada participación ciudadana.

MÉXICO: UNA ALTERNANCIA CONOCIDA. ELECCIONES 2012

Mexico: an alternate known. Election 2012

Angélica Cazarín Martínez
El Colegio de Tlaxcala
✉ cazarin0202@hotmail.com

Resumen: *El artículo describe brevemente el proceso electoral federal de México, el papel del Instituto Federal Electoral y por supuesto los resultados, agregando algunos aspectos de carácter cualitativo y coyuntural que marcaron la última elección presidencial en México.*

Palabras-chaves: *proceso electoral, presidencial, partidos.*

Abstract: *The article briefly describes the federal electoral process of Mexico, the purpose of the Federal Electoral Institute and certainly the results, together with some aspects of qualitative and circumstantial that marked the last presidential election in Mexico.*

Key words: *election process, presidential, parties.*

Introducción

En poco más de tres décadas, el proceso de la transición democrática en México sigue en camino, en poco más de tres décadas, el sistema de partidos transitó de un modelo de partido hegemónico a un modelo plural de opciones partidistas con competencia abierta por los puestos públicos, por lo tanto, la muy joven democracia mexicana sigue a prueba. Las elecciones desde entonces han sido un reto para todos los actores involucrados y las pasadas de julio de éste 2012 no fueron la excepción.

El proceso electoral federal significó un reto importante para partidos, candidatos, instituciones y ciudadanos, un reto que a algunos ha dejado

satisfechos y a otros no tanto. La organización del proceso por parte del Instituto Federal Electoral fue impecable, sin embargo, el resultado sigue sin convencer al Partido de la Revolución Democrática, partido al que algunos han dado en llamar “un mal perdedor”, aun cuando sus resultados en agregado han sido positivos pues hoy la geografía del poder en el país le favorece, sin embargo, hay que recordar que cuando las instituciones del Estado no respetan el Estado de derecho, la fragilidad de la democracia hace presencia.

El artículo describe brevemente el proceso electoral, el papel del IFE y por supuesto los resultados, agregando algunos aspectos de carácter cualitativo y coyuntural que marcaron la última elección presidencial en México.

Contexto Político Nacional

México tiene una población de 112 322 757³³, con una densidad poblacional de 57 hab/km², ubicándose en el número 11 de los países más poblados del mundo. La más alta concentración de población se ubica en la zona Centro-Sur del país, por ello, México se considera como una de las más importantes megalópolis del mundo, que a su vez concentra uno de los espacios territoriales catalogados como megaciudades o zonas metropolitanas con gran actividad. La Zona Metropolitana de la Ciudad de México (ZMCM) es considerada la tercera aglomeración urbana más grande del mundo, siendo la primera la de Tokio en Japón y la segunda la región Metropolitana de São Paulo en Brasil.³⁴

Cuando se habla de sistemas políticos en el mundo, el caso mexicano siempre requiere una distinción aparte, y aunque estrictamente es una

³³ Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI). Censos de población y vivienda del 2010.

³⁴ ONU: Sitio de ONU de estimaciones para metrópolis por Países
<http://esa.un.org/unup/index.asp?panel=2>.

democracia, para muchos es el sistema autoritario bajo un esquema de legitimidad simulada de mayor duración en América Latina. Fue después de la Revolución de 1910 que surgió el partido que gobernó por más 70 años el país con relativa estabilidad; en 1929 el Partido Nacional Revolucionario (PNR) hoy Partido Revolucionario Institucional (PRI) surgió desde el gobierno por la facción victoriosa de la Revolución Mexicana convirtiéndose en el partido hegemónico y dominante tanto en elecciones federales como locales.

Desde esos años era evidente que la competencia en el sistema de partidos era inexistente, por más que la oposición fuera reconocida legalmente y que los comicios se celebraran, lo cierto es que el surgimiento de la mayor parte de los entonces partidos de oposición fueron concesiones del propio PRI en función de legitimarse, y que sin embargo, en la práctica fue evidente que su objetivo no era competir por la vía electoral sino retener indefinidamente el poder. Esto último, fue justamente lo que sucedió en México hasta el año 2000 cuando el PRI pierde por primera vez, la Presidencia de la República y cuando los ciudadanos que votaron por aquella alternativa política, albergaban la esperanza de que el estado de cosas cambiaría y que el desarrollo y el bienestar alcanzaría para todos.

La alternancia del PAN en el 2000 se refrendaría en 2006 triunfando con sus entonces candidatos y después Presidentes Vicente Fox y Felipe Calderón, quienes serían las figuras presidenciales más criticadas y cuestionadas a lo largo de la historia política moderna nacional. Lo cierto es que la *alternancia* que muchos pensaron que era *transición*, fue el inicio de una caída en picada de la vida política nacional, situación perfectamente capitalizada por el PRI que sin mayor prisa y con paciencia franciscana espero a poder cosechar los errores del resto, ubicándose hoy a nivel nacional como el partido triunfador de la elección presidencial del pasado 1° de julio de 2012.

Las Reformas electorales

Es importante destacar que el contexto actual de la democracia mexicana es resultado de un largo proceso que tras años de gobierno hegemónico acompañado de conflictos, represión y negociaciones, los mexicanos fueron capaces en su momento de dotarse de una base institucional que permitió una mayor credibilidad y legitimidad electoral, fueron capaces de entender que el Estado no puede ser juez y parte a la vez, por lo que no podía continuar organizando sus elecciones y además ganarlas sin discusión, ya no podían creerse que las caídas de los sistemas eran casuales y que debían por justo derecho dejar de suceder.

Fue para México una intensa etapa de transformación política que derivó en la reforma electoral de 1996 con la creación del Instituto Electoral Federal, un Instituto que ha sido el puntal de la democratización electoral de México.

Si bien la legislación electoral mexicana es fruto de un esfuerzo democratizador que inicio en 1977 y sucesivas reformas electorales en 1986, 1989, 1990, 1993, 1994, 1996 y 2007, en éste apartado me referiré en especial a la reforma de 1996 como una de las más importantes porque además de dar origen al IFE, fue el producto que los partidos políticos idearon como una fórmula abierta que orientó a una vida más democrática y acorde con la pluralidad y la modernidad de México.

Es a partir de esta reforma que en México se han llevado a cabo procesos electorales relativamente satisfactorios dentro de los cánones de un país democrático; sin embargo, el IFE ha tenido sus tropiezos, siendo los propios partidos los principales responsables de haber golpeado su credibilidad, especialmente en lo relativo al procedimiento y nombramiento de sus Consejeros. Al inicio, quien nombraba y proponía a los consejeros era el Presidente de la República, después se otorgó la selección a los partidos

políticos, misma que funcionó muy bien en 1994 y en 1996; sin embargo, en 2003 la mezquindad y falta de objetividad de los partidos le quitaron al IFE algo fundamental, el consenso, por lo menos de los tres grandes partidos. Es a partir de entonces que hemos presenciado un golpeteo al IFE, que ha derivado en serios problemas de credibilidad que se dieron desde 2006 y que significó la salida anticipada de varios consejeros, incluso del entonces Consejero Presidente Luis Carlos Ugalde.

En este contexto, quienes integrarían al nuevo Consejo General del IFE se enfrentarían a retos muy importantes desde la propia organización de la elección presidencial, hasta el reto de la operación de un sistema creíble y transparente, reto que dejó perplejos a quienes dudaron de ello, la capacidad de IFE de cara a la última elección son inmejorables, hoy más que nunca la ciudadanía vuelve a creer en la imparcialidad de la institución.

El pasado proceso electoral en México fue el momento democrático por definición. La intensidad de los meses anteriores cristalizó en un solo día, la sociedad toda se puso en movimiento. Se desataron las energías políticas, el debate creció; se intensificó la comunicación entre ciudadanos, candidatos y partidos; fue el momento en que la obra de los gobiernos y los programas partidistas se expusieron a la crítica; y fue el momento privilegiado en el cual los ciudadanos participaron de los asuntos públicos, definiendo con su voto, el sentido y el contenido del gobierno para los siguientes años del país. El IFE y su Consejo General se propusieron trabajar bajo el principio de máxima publicidad, procurando mostrar y demostrar todas las evidencias, todos los documentos, todos los datos y cifras que sustentaron el trabajo y por supuesto los resultados de la votación de los mexicanos, con el objetivo último, de que el principio operativo de la institución es la transparencia.

Los retos de la organización

La elección del 1º de julio de 2012 significó para el IFE, la organización de la jornada electoral más grande y compleja de su historia. La más grande sobre todo por tres aspectos fundamentales: 1) Demográficos: al contar con un registro de 79.4 millones de electores, con 3.5 millones de jóvenes que ejercerían su derecho al voto por primera vez y donde 10.5 millones votarán por primera vez por Presidente de la República, se instalaron 143,151 casillas, se capacitaron a 1,002,057 ciudadanos y de ellos 572,604 integraron las mesas directivas de casilla el día de la jornada electoral. 2) Políticos: Durante el proceso federal hubo al mismo tiempo, 16 elecciones locales coincidentes por lo que el 57% de los electores pudieron votar también en elecciones locales, es así que hubo durante este proceso 2,127 cargos en disputa de los cuales, 629 fueron a nivel federal (Presidente de la República, Senadores y Diputados Federales) y 1,498 a nivel local (6 gobernadores; 1 jefe de gobierno del DF; 579 diputados locales; 876 ayuntamientos; 16 jefes delegacionales y 20 juntas municipales) y 3) Institucional: pues al IFE se le agregaron 53 nuevas atribuciones: primera vez en elección presidencial, se logró la administración de 48 minutos diarios por cada estación de radio y T.V., la Fiscalización de los recursos de partidos, la organización del Cómputo distrital con recuento de votos que la propia institución tenía prevista, además un nuevo instrumento que implementó el IFE y que significó el arbitraje eficiente y eficaz de Procedimientos Especiales Sancionadores de los cuales fueron presentados 1,218 y fueron resueltos 815 al día de la elección.

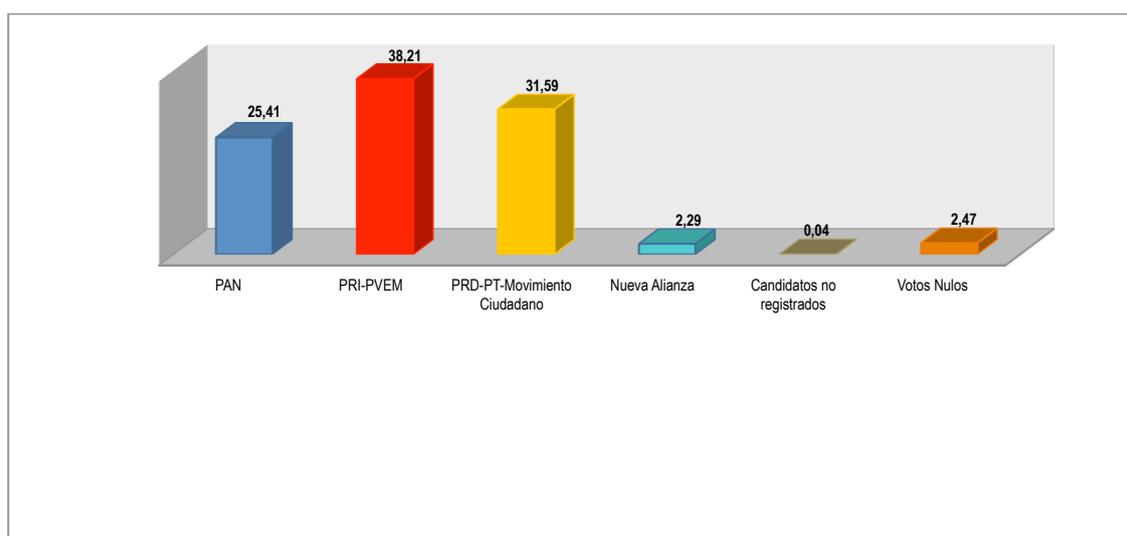
Entre los retos a los que se enfrentó el IFE en la organización de ésta elección fueron: a) la Actualización y depuración del Padrón Electoral (84.4 millones de ciudadanos) generando la lista nominal más grande y más confiable (79.4 millones de ciudadanos), además de que entre 2007- 2012, el 77.8% de credenciales 03 fueron renovadas, lo que en absolutos representa

16.5 millones de ciudadanos con credenciales vigentes, b) Mantener los niveles de cumplimiento de la industria radio y TV, estableciendo una relación respetuosa con los medios, por lo que fueron pautados 18,240 promocionales en 2,335 emisoras de radio y televisión en todo el país, resultando en un cumplimiento por encima del 97% de la industria, y dedicándose 4,930 horas, 20 minutos, 20 segundos a partidos y coaliciones, c) capacitación, instalación y desarrollo de la jornada electoral, sobre todo por el volumen de participantes, el decremento del interés ciudadano y los factores de inseguridad que aquejan hoy al país, a pesar de ello 981,625 ciudadanos cumplieron los requisitos y aceptaron participar, en éste proceso se registraron 1,974,495 representantes de partido ante mesas directivas de casilla y 114,516 Representantes generales, de hecho no hubo ninguna casilla sin representantes registrados para el día de la jornada, d) Oportunidad y credibilidad en los resultados electorales, pues con el apoyo de especialistas de instituciones académicas prestigiadas como la UNAM y el ITAM, se garantizó la oportunidad y transparencia en resultados del Conteo Rápido y del Programa de Resultados Electorales Preliminares al cierre de la jornada. En éste apartado es importante agregar que el anuncio que la noche del 1º de julio hiciera el Consejero Presidente del IFE el Dr. Leonardo Valdés Zurita, contribuyó a la transparencia y a la estabilidad política de México en el contexto de unas elecciones altamente competidas y con una importante participación ciudadana registrada, e) la fiscalización de las finanzas de los partidos, donde la Reforma 2007-2008 permitió la Creación Unidad de Fiscalización y la eliminación de secretos bancario, fiduciario y fiscal como uno de sus aspectos más importantes y finalmente f) *Experiencia del voto en el extranjero* lo que contribuyó a consolidar la democracia transnacional a través de una estrategia de incrementar la participación y reducir los costos para los ciudadanos que radican en el extranjero.

Los resultados

El resultado de la elección es que regresa el PRI a los pinos y al poder, sin embargo, hoy por primera vez en toda su historia el voto popular le ha favorecido, el nuevo Presidente, Enrique Peña Nieto, además contará con fuerzas considerables tanto en la cámara alta (Senadores) como en la baja (Diputados), mismas que le permitirán negociar en mejores condiciones las iniciativas y reformas que para su gobierno tenga previstas. El resultado para el PAN fue un desastre porque no sólo se fue al tercer lugar en la elección presidencial sino que también lo hizo en bastiones electorales tan importantes como Jalisco y Morelos, muchos fueron los motivos, las divisiones internas, la selección interna de candidatos, la tardía estrategia de campaña para la candidata Josefina Vázquez Mota que repuntó un poco cuando el tiempo ya no era suficiente y si bien el manejo de la macroeconomía mexicana fue un gran acierto para la estabilidad económica del país por parte del gobierno federal, el voto de castigo fue contundente en el resultado electoral (Ver Gráficas N° 1, 2 y 3).

Gráfica 1: Resultado de Cómputos Distritales¹ Elección Presidencial 2012. México.

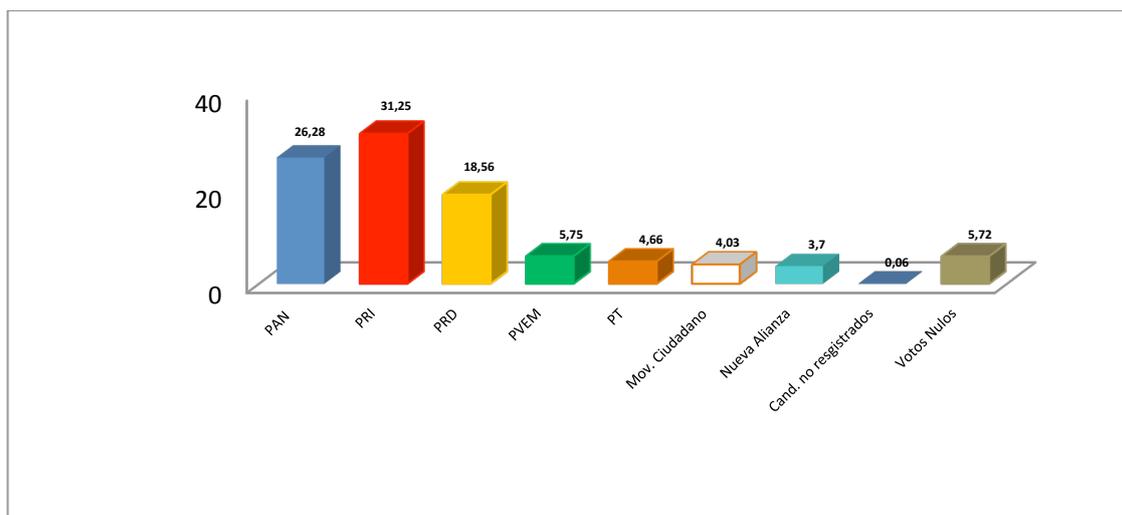


Fuente: Cómputos distritales 2012. Instituto Federal Electoral. México

Por su parte Andrés Manuel López Obrador obtuvo el segundo lugar y si bien remontó, ello no fue suficiente para ganar. Su campaña inició posicionándolo en tercer lugar en las intenciones de voto, en el transcurso su estrategia fue moderar el discurso lo que le significó una ascenso constante en las preferencias rebasando a Vázquez Mota y posicionándolo en el segundo lugar de la contienda electoral, sin embargo, en ésta elección a diferencia del pasado proceso donde también contendió como candidato, la distancia con Peña Nieto es considerable.

El balance puede ser positivo para el partido, pues si bien no logró el objetivo último que era ganar la presidencia, en términos generales el PRD logró mayor presencia.

Gráfica 2: Resultado de Cómputos Distritales. Elección Senadores 2012. México

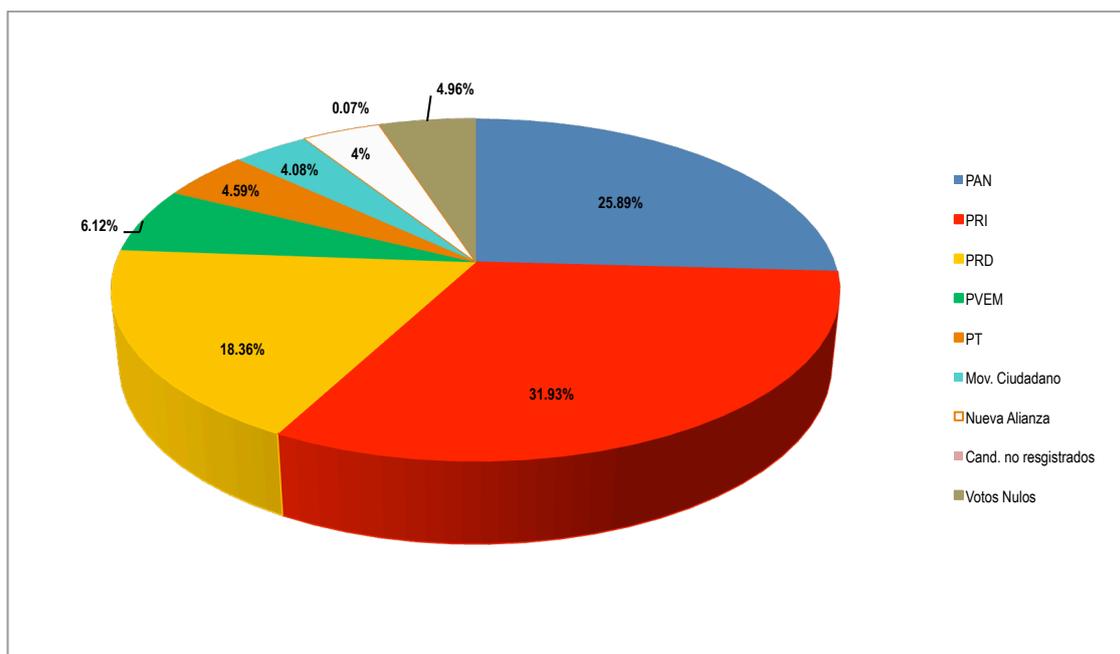


Fuente: Cómputos distritales 2012. Instituto Federal Electoral. México

México tuvo una elección Presidencial altamente competitiva, pero hoy el PRI se enfrenta a un reto y una oportunidad, la de reivindicar su ancestral imagen atendiendo a la confianza depositada en las urnas el pasado 1° de julio, la ciudadanía espera casi como una ilusión fantástica que el PRI del siglo XXI no sea el mismo del siglo XX y que si bien nació como una máquina de

dominación política a través de la cooptación y manipulación de los grupos populares, sea capaz ahora, de comportarse a la altura de las demandas de la sociedad.

Gráfica 3: Resultado de Cómputos Distritales. Elección Diputados 2012. México



Fuente: Cómputos distritales 2012. Instituto Federal Electoral. México.

COMPORTAMENTO ELEITORAL E NOVAS TECNOLOGIAS: A DECISÃO DO VOTO EM UM MUNDO CONECTADO

Electoral behavior and new technologies: deciding vote in a connected world

Nayla Fernanda Andrade Lopes
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
✉ nayla@naylalopes.com.br

Resumo: O incremento do acesso à internet e o surgimento de iniciativas de campanha eleitoral online no Brasil acarretam expectativas acerca da presença dos candidatos na internet no período de campanha para as eleições municipais de 2012. O presente artigo trata desta questão, bem como avalia as possibilidades de influência das interações sociais que se desenvolvem no ambiente virtual sobre a decisão do voto, tanto dos eleitores conectados quanto daqueles que não têm acesso às novas tecnologias de informação e comunicação.

Palavras-chaves: eleições, internet, voto, redes sociais.

Abstract: The increase in Internet access and the emergence of online campaigning initiatives in Brazil carry expectations about the presence of the candidates on the Internet during the campaign for the municipal elections of 2012. This paper addresses this issue, as well as assessing the potential influence of social interactions that develop in the virtual environment on the decision of voting, both online voters as those who have no access to new information and communication technologies.

Key words: elections, internet, voto, social networks.

Novas tecnologias e interações sociais

E-mail, MSN, Orkut, Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest. Estes são apenas alguns exemplos de sites de redes sociais e de compartilhamento de conteúdos disponíveis a qualquer indivíduo que tenha acesso à web. As comunidades online permitem nossa ligação a qualquer

pessoa da rede e, principalmente, que pautemos a escolha dos nossos contatos por afinidades e interesses comuns. Afinal, é bem mais agradável falarmos sobre assuntos que nos interessam se soubermos que os interlocutores estarão, de fato, envolvidos na conversa, e vice-versa.

Naturalmente, as redes sociais não são úteis apenas para conhecermos pessoas com gostos parecidos, mas também para mantermos contato com conhecidos e amigos da “vida real”. Com muitos deles, talvez nem tivéssemos tempo de nutrir alguma relação se não pudéssemos contar com estas ferramentas de interação online. Sejam velhos conhecidos ou novos contatos, o importante é que multiplicamos nossas conexões com a ajuda da web – e, assim, cresce exponencialmente a quantidade de conteúdos a que temos acesso facilitado, seja porque um dos contatos compartilhou em sua página ou porque procuramos em sites de buscas.

Mas se, no ambiente offline, a tendência é de exposição a conteúdos variados (através tanto dos meios de comunicação tradicionais quanto das conversas com membros dos grupos aos quais pertencemos e pelos quais transitamos constantemente), inclusive àqueles que talvez não escolhêssemos estar expostos caso pudéssemos evitar, a internet facilita a filtragem das informações que iremos consumir. A possibilidade de “pinçar” o que quisermos da web pode vir acompanhada de uma série de dúvidas, entre as quais destacamos: “como distinguir conteúdos confiáveis de mentiras?” e “como evitar perdas de tempo e chegar logo ao que interessa?”.

Para as duas perguntas, a resposta pode estar exatamente nos conhecidos virtuais, aqueles com quem compartilhamos interesses, e nos amigos e familiares, com os quais cultivamos e fortalecemos laços de afeto e confiança com frequência e simultaneidade inviáveis sem o auxílio da web. Nossos contatos no mundo virtual podem atuar como atalhos bastante eficazes, na medida em que sabem o que provavelmente atrairá nossa atenção. Além disso, o aval de alguém que nos inspira confiança pode ser o “selo de

autenticidade” que separa as informações verossímeis do universo de dados indistintos que nos espera na internet. Cada um de nós pode também produzir e replicar conteúdos que acreditar que serão lidos e disseminados por nossos conhecidos, compondo, assim, uma intrincada rede de interações sociais.

Mas o fato de podermos publicar qualquer coisa significa, como pensam os ciberotimistas, que a web é a nova ágora grega, refúgio democrático dos excluídos das grandes corporações midiáticas? Para o físico Albert-László Barabási, disponibilizar informações não nos torna automaticamente visíveis a todos que acessam a internet, uma vez que bilhões de links povoam a rede e somos apenas um entre eles.

O ciberespaço representa a liberdade fundamental de expressão. Alguns podem estar contrariados, outros podem amá-lo, mas o conteúdo de uma página da web é de difícil censura. Uma vez postada, fica à disposição de centenas de milhões de pessoas. Essa inigualável liberdade de expressão, combinada com custos reduzidos de publicação, faz da web o fórum máximo da democracia; a voz de qualquer pessoa pode ser ouvida com idêntica oportunidade. Pelo menos é o que enfatizam advogados constitucionalistas e vistosas revistas de negócios. Se a web fosse uma rede randômica, eles estariam certos. Mas não é. O resultado mais curioso de nosso projeto de mapeamento da web foi a completa falta de democracia, de equidade e de valores igualitários nela. Descobrimos que a topologia da web não nos permite perceber senão uma mera parcela dos bilhões de documentos nela existentes. (BARABÁSI, 2009, p. 51).

De tudo que está publicado na internet, temos acesso apenas a uma porção muito pequena – e, mesmo se dedicarmos a vida inteira a esmiuçar tais conteúdos, a velocidade com que novas informações são produzidas e postadas é infinitamente superior à nossa capacidade de acessar e assimilar o que está disponível. Este é um dos motivos pelos quais buscadores como o Google são tão populares: eles também são formas de buscarmos informações além daquelas indicadas pelos amigos e contatos e, assim, ampliar nosso raio de visão.

Campanhas online: é possível encontrar e conquistar eleitores na web?

As atenções de inúmeros estudiosos estiveram voltadas para o uso de ferramentas da internet nas eleições brasileiras de 2010. Afinal, a legislação eleitoral passou a permitir campanhas através de redes sociais e sites além dos oficiais dos candidatos e, depois do estrondoso sucesso da campanha online de Barack Obama, esperava-se que os presidenciáveis brasileiros seguissem a tendência norte-americana.

Numa análise dos perfis dos três principais candidatos no microblog Twitter, Aggio (2011) concluiu que Marina Silva, candidata do Partido Verde, foi quem melhor soube utilizar os recursos do meio digital e integrar as iniciativas de campanha online e offline. Mas, apesar da expressiva votação da ex-ministra do Meio Ambiente, a eleita foi Dilma Rousseff (PT), que foi, entre os três primeiros colocados, quem menos explorou a web na campanha. Isso parece indicar que as campanhas eleitorais no Brasil ainda têm como palco principal a televisão. Pesquisa do Ibope revela que 72% dos brasileiros se informam sobre política e eleições na televisão, ante apenas 12% que citaram a internet como principal fonte de informação (RESENDE, CHAGAS, 2011).

No entanto, o fato é que a internet possibilita a políticos uma proximidade com o eleitorado sem a necessidade de intermediários. Falar diretamente com possíveis votantes é uma possibilidade interessante, sobretudo porque pode estimular o engajamento deles nas campanhas e levá-los a difundir conteúdos favoráveis aos candidatos (podemos pensar na atenção individualizada aos eleitores, através de ferramentas online, como uma versão virtual do “aperto de mão”, que não deixa de fazer sucesso no período eleitoral). No Brasil, levando em conta o alto nível de personalização das campanhas, nada melhor que mostrar aos possíveis eleitores que o candidato é uma pessoa comum, com quem eles podem se identificar. Foi o que fez, por

exemplo, o segundo colocado à presidência em 2010, José Serra (PSDB). Entre uma e outra postagem de campanha, ele falava aos seguidores no Twitter sobre as músicas que ouvia e os livros favoritos e dividia detalhes e amenidades do cotidiano.

No último dia seis de julho, teve início a campanha oficial para as eleições municipais deste ano. Enquanto não começa o horário eleitoral, acompanhamos notícias sobre os postulantes nos noticiários – e, claro, na internet. A novidade é que, ao contrário de 2008, quando assistimos a uma onda de ataques e sátiras aos dois candidatos a prefeito de Belo Horizonte que foram para o segundo turno (Márcio Lacerda, do PSB, e Leonardo Quintão, do PMDB), em 2012 já começam a surgir algumas iniciativas de campanha positiva através da rede. Páginas como Aprovo Márcio Lacerda³⁵ e Patrus para prefeito de BH³⁶ indicam que os postulantes começam a tomar posição no ambiente virtual, mesmo que seja para dividir espaço com as páginas de críticas e contestação. Afinal, a máxima “falem bem ou mal, mas falem de mim” não pode ser aplicada a políticos em busca de votos, visto que eles têm, sim, o que perder com as críticas e ataques. Numa adaptação para as campanhas online, o clichê poderia ser: “os que falarem bem de mim precisam de incentivos para continuarem falando (cada vez mais alto) e os que falarem mal, de respostas”.

Outra possibilidade interessante de uso da internet diz respeito às mobilizações, sejam elas restritas à web ou convites para que os cidadãos saiam às ruas. Assim, para diferentes níveis de engajamento, as equipes de campanha podem oferecer opções distintas de participação. Foi o que aconteceu com Obama em 2008. No Brasil, temos o exemplo de Marina Silva, que promoveu vários *twitaços* (manifestações coletivas com o uso de *hashtags* no *Twitter*, com o intuito de conquistar visibilidade no microblog) e convidava

³⁵ Disponível em: <<https://www.facebook.com/aprovo.lacerda>>. Acesso em 20 de julho de 2012.

³⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/PatrusPrefeito>>. Acesso em 20 de julho de 2012.

os eleitores (inclusive no horário eleitoral) a montar as Casas de Marina, comitês que se alimentavam de materiais disponibilizados no próprio site da campanha. Já nas municipais de 2012, a página do Facebook Onda Vermelha³⁷, do candidato petista na capital mineira, Patrus Ananias, convida os internautas a participarem de caminhadas, twitaços e demais atos de campanha, além de disponibilizar jingles e cartazes do postulante.

É importante considerarmos que, embora crescente, o acesso à internet no Brasil ainda é muito menor do que à televisão, isso sem contar que não é todo internauta que vai procurar se informar sobre política na rede (e se seus amigos tiverem o mesmo perfil, pode ser que os conteúdos a respeito das eleições que circulam na rede não cheguem até eles). Em contrapartida, na TV, a propaganda eleitoral (e não apenas ela, mas debates, entrevistas e reportagens sobre a agenda dos candidatos) “invade” nossa casa, interrompendo a programação normal. Então, mesmo com má vontade, as pessoas tendem a parar para pensar em quem votar quando veem que o horário eleitoral já começou. Essas diferenças entre web e televisão corroboram o que analistas de campanhas já perceberam: o potencial da internet em gerar discussões e colocar assuntos em pauta é bem maior antes do HGPE, já que, depois que ele tem início, é provável que os temas e formas de abordagem ali apresentados dominem as pautas de noticiários e retroalimentem as próprias campanhas.³⁸

Pode acontecer, no entanto, de um assunto ser tão comentado na rede que acaba sendo “transportado” para o espaço oficial da campanha televisiva. Em 2010, por exemplo, Dilma Rousseff apresentou, logo no primeiro dia do HGPE e com riqueza de detalhes, sua trajetória na luta contra a ditadura militar. Meses antes da campanha oficial, circulavam na rede e-mails em que a

³⁷ Disponível em: <<https://www.facebook.com/onda.vermelha.13>>. Acesso em 20 de julho de 2012.

³⁸ Para mais informações sobre as estratégias de campanha online de 2010, vale a pena consultar a reportagem *Pancadaria na rede*, publicada na revista Piauí e assinada por Daniela Pinheiro. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/edicao-47/anais-do-marketing-politico/pancadaria-na-rede>>. Acesso em 20 de julho de 2012.

presidenciável era acusada de cometer assaltos a bancos e atos de “terrorismo” durante o governo militar, e ela procurou esclarecer a situação para acabar com os rumores. Se formos um pouco mais longe, é possível encontrar, em programas do horário eleitoral de Quintão e de Lacerda em 2008, menções diretas às campanhas negativas que tinham os dois como alvos. Além dos ataques em redes sociais, eram comuns os e-mails, amplamente repassados, que tratavam de fatos que desabonariam os postulantes a assumirem a prefeitura de BH. Para a campanha deste ano, Lacerda foi mais rápido que em 2008 e já prometeu entrar na justiça contra os críticos virtuais.³⁹ Parece que, nas eleições que se aproximam, a web não vai ser apenas observada, mas oficialmente ocupada pelos candidatos e seus apoiadores na busca por votos.

De volta às relações

Os candidatos estão online e os eleitores também. Mas o que liga uns aos outros? O que pode levar os cidadãos conectados a decidirem seu voto a partir do que acessam na internet?

Segundo a teoria sociológica do comportamento eleitoral, as preferências políticas são influenciadas pelo processo de socialização e pelos grupos aos quais pertencemos, uma vez que recebemos as mesmas informações e tendemos a passar por experiências similares e a desenvolver as mesmas necessidades e concepções de mundo que nossos pares. Isso quer dizer que amigos e familiares – aqueles de que falamos no início deste artigo – são importantes intermediários entre o nós e as informações veiculadas nos meios de comunicação. Mas, como fazemos parte de vários grupos simultaneamente (alguns dos quais podem apresentar interesses e visões de

³⁹ Reportagem *Lacerda reage contra ataques*, de Alessandra Mello. Disponível em: <http://www.em.com.br/app/noticia/politica/2012/07/20/interna_politica,307118/lacerda-reage-contra-ataques.shtml>. Acesso em 20 de julho de 2012.

mundo divergentes e até contraditórios), a qual deles daremos atenção na hora de decidir o voto?

Neste sentido, duas observações sobre o comportamento dos cidadãos conectados podem nos dizer muito. A primeira delas concerne à repetição de uma tendência que também se verifica no ambiente offline: a de rejeição sumária a conteúdos abertamente de campanha (assim como muitos costumam desligar a TV quando começa o horário eleitoral). No entanto, observações particulares e pontuais evidenciam uma reação por parte de pessoas que defendem que, assim como qualquer assunto que afeta nosso cotidiano, política e eleições devem, sim, ser temas de postagens nas redes sociais. Outra possibilidade é da atuação online de pessoas tidas como “formadoras de opinião”. Não foi raro, sobretudo nas eleições de 2008, o envio de correntes de e-mails em que professores universitários e moradores de Ipatinga (cidade onde o pai do candidato Leonardo Quintão já foi prefeito), entre outros, opinavam sobre o processo eleitoral e relatavam acontecimentos da gestão dos Quintão no município do Vale do Aço.

Não seria novidade, portanto, que em 2012 pessoas que detenham conhecimento teórico sobre política e empírico sobre fatos relacionados aos candidatos – e, tanto por um motivo quanto por outro, poderiam ser vistas como referências pelos receptores de tais e-mails – disseminem informações e opiniões para amigos, que encaminham para amigos, e assim por diante. O vídeo contendo uma sátira do humorista Tom Cavalcante a Leonardo Quintão é emblemático, uma vez que foi postado no YouTube, disseminado através do Orkut e e-mails e visto por quase um milhão de pessoas.

Barabási (2009) fala sobre a teoria dos seis graus de separação, que muitos de nós já ouvimos e, provavelmente, repetimos sem saber se existe comprovação. De acordo com tal postulado, cada um de nós está a seis pessoas/contatos de distância de qualquer outra pessoa do mundo, por mais improvável que isso pareça. Isso quer dizer que já nos encontramos

pessoalmente e conhecemos pelo primeiro nome alguém que conhece (e assim por seis vezes) a rainha da Inglaterra, o presidente dos Estados Unidos e um beduíno africano. Trata-se de uma média a partir dos resultados de estudos anteriores ao de Barabási. Este autor aplicou esta teoria aos estudos da topologia da internet e concluiu que, em média, estamos a uma distância de 19 links de qualquer pessoa presente na web. Dos nossos amigos, claro, estamos mais perto, tanto por sabermos onde encontrá-los quanto porque eles fazem parte de círculos que tendem a coincidir com os nossos.

A distância no mundo irreversivelmente entrou em colapso no século XX. E ainda sofre outra implosão exatamente agora, quando a internet atinge cada canto do mundo. Muito embora nos encontremos a 19 graus de distância de qualquer pessoa na web, estamos apenas a um clique de distância de nossos amigos (BARABÁSI, 2009, p. 35).

A facilidade de acesso aos amigos e as considerações sobre a importância das relações sociais podem nos ajudar a compreender de que maneira o comportamento do eleitor pode ser influenciado na web. As interações online, sejam elas de natureza forte ou fraca, podem ser componentes importantes para que o “tempo de política” não esteja condicionado ao início do HGPE e para que o local de receber informações sobre o assunto não seja restrito aos meios de comunicação tradicionais (com destaque para a televisão). É neste sentido que os candidatos e suas equipes de campanha devem tentar atuar: a partir do estabelecimento de relações com seus eleitores e da integração entre iniciativas online e offline. A última postagem de Dilma Rousseff no microblog Twitter data de 16/12/2010 e contém uma promessa da presidente eleita: manter mais contato com os brasileiros através de sua página. Em contrapartida, tanto José Serra quanto Marina Silva continuaram utilizando as contas no Twitter com a frequência do período de campanha. Não podemos afirmar que a manutenção do

relacionamento com os seguidores fará com que ganhem eleições futuras, mas, certamente, as iniciativas de campanha na web de postulantes com a mesma postura que Serra e Silva serão vistas com mais naturalidade do que se eles apenas “ressuscitassem” suas contas em sites de redes sociais quando precisarem de votos. É mais provável, pois, que não sintamos que nossa página foi invadida por políticos “interesseiros” se eles marcarem presença vez ou outra. Por mais que, no fim das contas, saibamos que todos eles buscam a mesma coisa: o nosso voto.

Referências

- AGGIO, Camilo. As campanhas políticas no *Twitter*: uma análise do padrão de comunicação política dos três principais candidatos à presidência do Brasil em 2010. *IV Encontro da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Política*, Rio de Janeiro, RJ, abril, 2011.
- BARABÁSI, Albert-László. *Linked (Conectado) – A nova ciência dos networks: como tudo está conectado a tudo e o que isso significa para os negócios, relações sociais e ciências*. São Paulo: Leopardo, 2009.
- RESENDE, João Francisco; CHAGAS, Juliana. Eleições no Brasil em 2010: comparando indicadores político-eleitorais em *surveys* e na internet. *IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da WAPOR*, Belo Horizonte, MG, maio, 2011.

MULHERES, POLÍTICA E PODER

Women, politics and power

Laura França Martello

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

✉ laurafrancamartello@gmail.com

A representação de mulheres na política tem sido progressivamente reconhecida como um indicativo da qualidade da democracia, devido à crescente corroboração com a ideia de que as esferas políticas permanecem não representativas se são ocupadas por grupos hegemônicos. Compartilhando o fundamento de que a democracia pressupõe pluralismo de ideias e valores, bem como representação dos diferentes grupos sociais, a existência de grande desigualdade entre homens e mulheres no âmbito político torna-se uma evidência da fragilidade de um sistema democrático, podendo ser referência também para avaliação do processo de inclusão de minorias políticas em geral. O livro “Mulheres, Política e Poder”, organizado pela professora da Universidade Federal de Goiás, Denise Paiva, apresenta análises sobre a sub-representação das mulheres nos espaços de poder e decisão, especialmente na esfera política estatal, com ampla fundamentação empírica e teorizações que articulam teorias feministas com modelos explicativos já canônicos no debate. Tendo sido subteorizadas na produção da ciência política até recentemente, as dinâmicas que perpassam as relações entre mulheres e política são objeto de um dos esforços analíticos mais diversos, completos e aprofundados da literatura brasileira sobre o tema.

O aporte feminista é trazido para pensar a opressão da mulher na sociedade e na política, e a experiência feminina é retirada do anonimato com a visibilização de discriminações recorrentes no cotidiano de participação política das mulheres, implicando numa crítica a conceitos e modelos androcêntricos que se apresentam como neutros. A exclusão das mulheres da cidadania foi analisada pela maioria dos autores a partir da chave interpretativa proposta por Carole Pateman em “O Contrato Sexual”⁴⁰, que reconta a história hipotética da realização do contrato social de formação do corpo político de cidadãos a partir de sua base no contrato prévio de subordinação das mulheres em suas dimensões subjetivas, sócio-culturais e jurídicas, impedindo-as de participar nas deliberações públicas e de decidir sobre sua própria vida. O contrato de dominação dos homens sobre as mulheres, que caracteriza o Patriarcado, tem como efeito a vertebração do espaço público enquanto reduto masculino, e confinamento das mulheres ao âmbito privado, associado à emoção e à maternidade, considerado um espaço restrito à reprodução da vida, por isso não político. Esses pertencimentos são naturalizados através da imputação de características de personalidade que supostamente justificariam a adequação desses sujeitos aos espaços a eles associados.

A divisão entre público, como espaço masculino de exercício da igualdade e participação, e privado, como única esfera pertinente à presença feminina, está presente desde a Grécia Antiga, que excluía as mulheres da condição de cidadania. Essa característica prevaleceu, segundo as análises de Maria Luisa Miranda Alvarez, na maioria das experiências históricas ocidentais. Um marco para a contestação desse sistema de opressão e proposição de mudança é a “Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã”, por Olympe de Gouges, no contexto da Revolução Francesa, que teve como consequência a morte da revolucionária na guilhotina. No ano seguinte, a

⁴⁰PATEMAN, Carole. *O Contrato Sexual*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1993.

inglesa Mary Wollstonecraft, movida pelas mesmas aspirações libertárias, pública “Vindication on the Rights of Woman”, evidenciando os níveis de discriminação que tendiam a afastar as mulheres dos direitos de cidadania civil e política.

A organização das mulheres enquanto movimento feminista se deu primeiramente em torno do reconhecimento institucional da cidadania, lutando pelo voto e por uma mudança constitucional que garantisse direitos civis e políticos. Conformado no Brasil enquanto um grupo de pressão no final do século XIX e início do século XX, o feminismo contou com a importante presença de uma imprensa feminista, que possibilitou a divulgação de ideias propostas e defendidas por esses grupos, e de líderes que disputaram discursivamente justificativas de ordem moral e política, que eram mobilizadas para defender a inclusão das mulheres na cidadania, muitas vezes com o apoio de figuras políticas importantes, brechas nos sistemas e a existência de pressão internacional. A configuração de um movimento internacional de mulheres, analisada por Jussara Prá e Maria Luisa Miranda Alvarez, foi o que impulsionou a construção recente, principalmente após a década de 1970, de uma agenda pública de direitos e políticas para mulheres, capaz de influenciar agências e organismos internacionais. Essas reivindicações acabaram por exercer pressão normativa, interferindo sobre os planos políticos local, regional, nacional e transnacional. O Brasil participou ativamente em conferências internacionais, com assinatura de tratados, convenções e acordos, estabelecendo um compromisso político com a promoção da igualdade de gênero.

O atual quadro da representação político-eleitoral nas mulheres no legislativo no mundo como um todo é alarmante, mas no caso do Brasil chega a ser vergonhoso. De acordo com dados estatísticos da União Interparlamentar, de 6,6% em 1994, chega-se a 8,8% de eleitas na câmara baixa federal em 2010, comparado a uma média mundial de 19% e 20% na América Latina. De 7,9%

em 1994, chegamos a 12,9% das eleitas nos legislativos estaduais em 2010. O *gender gap*, ou hiato de gênero na área de representação é contrastante com outros âmbitos da vida social em que a mulher teve uma progressão muito mais significativa nas últimas décadas, como na educação a até mesmo no campo do trabalho. As pressões políticas dos movimentos de mulheres, somadas às diretivas de acordos internacionais defendendo ações afirmativas para mulheres na política conseguiram tornar visível o debate da sub-representação feminina na agenda político-eleitoral, conquistando a implementação de mecanismos afirmativos para maior inclusão das mulheres na política em diversos países. Opondo-se à justificativa para a presença das mulheres presente em uma “política de desvelo”, que tem como base a noção tradicional da figura feminina da mãe dedicada que se sacrifica pela família, sem interesses próprios, mascarada por uma superioridade moral, Denise Paiva retoma a discussão de Anne Phillips⁴¹, que propõe uma ruptura com a divisão estanque entre representação descritiva e representação de interesses, para ressaltar a importância da simultaneidade de “políticas de idéias” e “política de presença” no que tange à representação de grupos minoritários, tendo como base a experiência compartilhada.

Os objetivos da adoção das políticas afirmativas seriam: alterar o capital simbólico feminino difundindo a capacidade das mulheres de ação política; ampliar a presença de minorias em posições de poder institucional; e incentivar os partidos a buscar a expansão do capital político feminino. De acordo com Thiago Cortez Costa, a política de cotas partidárias foi adotada no Brasil em 1995, estabelecendo que 20% das candidaturas fossem preenchidas por mulheres. Em 1997, modificaram-se os termos da lei, estabelecendo que deveriam ser reservadas, no mínimo, 30% de vagas e no máximo 70% para cada sexo, formato que permitia que, dentro dessa porcentagem, as vagas que não fossem ocupadas poderiam ser deixadas em

⁴¹ PHILLIPS, Anne, De uma política de idéias a uma política de presença? *Revista Estudos Feministas*, v. 9, n. 1, p. 268-90, 2001.

branco. Em 1995, o número de vagas total das cadeiras do parlamento aumentou de 100 para 120% e em 1997, para 150%, o que mostra que na verdade houve um aumento do número de vagas para homens. Em 2009, o texto da lei foi modificado de “deve reservar” para “deve preencher” as vagas. O fato, entretanto, é que nenhum desses formatos prevê sanção e, como consequência, essas estipulações nunca foram cumpridas pelos partidos, chegando ao máximo de aproximadamente 20% de candidaturas femininas nos três níveis, nas últimas eleições. O que se observou, foi que o pequeno aumento no número de candidaturas não gerou maior elegibilidade das mulheres, na verdade, diminuíram as chances de eleição para mulheres. A possível entrada de “candidatas laranja”, sem densidade eleitoral, apenas para cumprir as cotas, pode ser uma explicação para essa mudança. Uma recente modificação da lei de partidos obriga o direcionamento de 5% do fundo partidário para criação e manutenção de programas de difusão da participação das mulheres, tendo como sanção o acréscimo de 2,5% do valor do fundo partidário no ano subsequente em caso de não cumprimento. O contexto de baixo crescimento de candidaturas e eleições de mulheres sinaliza, entretanto, que mais alterações devem ser feitas no sistema eleitoral para reverter o quadro de sub-representação feminina.

As análises das barreiras e obstáculos que dificultam a maior presença das mulheres na política, presente nos trabalhos de Marlise Matos, Denise Paiva, Jussara Prá, Maria Luisa Miranda Alvarez e Teresa Sacchet, ressaltam os seguintes fatores: a socialização política – a maioria das meninas e mulheres não é educada para a atuação no mundo público, sendo direcionadas para as tarefas domésticas e desconhecendo as práticas que permeiam a política; conciliação entre vida pública e vida privada – participação política acarreta no distanciamento da família e dos filhos, dificuldade evidenciada na constatação de que a maioria das mulheres eleitas tem idade mais avançada, sendo os filhos já jovens adultos; rotas de acesso – foi constatado que a maioria das

parlamentares eleitas tem políticos na família, influenciando por socialização política ou transferência de capital político; barreiras na atuação parlamentar – durante seu exercício legislativo enquanto parlamentares, as mulheres dificilmente conseguem ocupar cargos importantes, como na mesa diretora; e reeleição – a taxa para mulheres é baixa, pois além de haver a barreira eleitoral, muitas mulheres acabam desestimuladas de permanecer na vida legislativa, devido aos fatores supracitados e pela freqüente exposição da vida privada e críticas morais.

O tratamento estereotipado das mulheres políticas pela mídia é abordado por Flávia Biroli, que toma a visibilidade das mulheres políticas no noticiário como um índice da relação entre sua posição no campo político e as representações sociais de gênero. Os estereótipos de gênero são um exemplo do continuum existente entre o desempenho cotidiano dos papéis e os padrões sociais que determinam valores e expectativas, sempre permeados por discursos ideológicos e relações de poder. A pesquisa empírica realizada mostrou que há exclusão do noticiário ou inclusão estereotipada das mulheres, com definição do feminino a partir de suas características domésticas, familiares e afetivas, com valorização da maternidade, presença constante de julgamentos ligados ao corpo e a autoapresentação, e mais atenção ao estado civil e relações afetivas.

No que tange à influência econômica no sistema político, o financiamento de campanha, pensado como elemento fundamental para a eleição de mulheres, é analisado por Teresa Sacchet em uma pesquisa empírica realizada com base em dados oficiais de financiamento. A denúncia feita por muitas mulheres políticas, de que os partidos discriminam na distribuição de recursos, foi confirmada com a constatação de que a arrecadação total masculina foi 37% superior no plano estadual e 54% no plano federal. Esse subfinanciamento expressivo das candidaturas femininas ocorre tanto com os recursos advindos dos partidos, quanto de recursos próprios e de

financiamentos privados, o que mostra uma interação complexa entre falta de incentivos dos partidos, desigualdades materiais, e dificuldade de inserção das mulheres no campo político e de articulação com financiadores privados devido aos modos de sociabilidade predominantemente masculinos nesse universo. No que tange a sistema eleitoral, as evidências são mais controversas. Há um consenso de que o sistema proporcional é mais inclusivo para minorias, mas apesar de ser indicado por parte das autoras que o sistema de lista fechada é mais favorável para a eleição de mulheres, só há garantia de sua efetividade com a obrigatoriedade da posição competitiva (lista alternada). Alguns autores indicaram que a lista aberta com voto preferencial múltiplo, como é o caso do Peru, também pode ser favorável à eleição de mais mulheres.

Por fim, as relações entre feminismo e partidarismo político são analisadas no plano internacional, nos contextos da Andaluzía, por Fabíola Mota Consejero e do Canadá, por Shannon Sampert. O parlamento autônomo de Andaluzía, de sua criação em 1983, até as eleições de 2009, teve aumento de 4,59% para 45,87%, sendo que apenas em 2005, quando a representação de mulheres era de 39,45%, se adotou como política afirmativa a obrigatoriedade da alternância nas listas partidárias. O estudo qualitativo, que entrevistou todas as 110 mulheres que ocuparam cargos eletivos no parlamento durante esse período, mostrou que a filiação partidária divide as opiniões e as preferências, tendo as políticas pertencentes aos partidos de esquerda maior consonância com o feminismo sobre as políticas de igualdade de gênero, os obstáculos que existem para a mulher na atividade política e seus apoios. No contexto canadense, o pequeno aumento no número de mulheres eleitas nos últimos anos não atingiu nem o mínimo de 30% considerado necessário para formação de uma “massa crítica” que consiga atuar politicamente, se limitando a 24,7%. Concomitantemente, um governo do partido conservador que prevalece desde 2006, adota medidas desfavoráveis às políticas de gênero,

como desestruturação ou extinção das principais instituições responsáveis pela promoção da igualdade de gênero no país.

O que se evidencia no conteúdo dessa coletânea é que a compreensão da sub-representação feminina na política, e sua relação com a expansão de direitos e políticas públicas para mulheres, necessita de uma chave analítica multidimensional e complexa. A partir do diagnóstico de que as teorias sociais e políticas canônicas realizam análises parciais, priorizando uma das dimensões da realidade social para explicar a sub-representação feminina, Marlise Matos propõe que a teoria democrática deve ser reformulada à luz das contribuições feministas, como as que se apresentam nesta obra. Fundamentada na teorização de Nancy Fraser⁴², que concebe as lutas por justiça social orientadas pelo princípio normativo da paridade de participação e compostas por três dimensões interrelacionadas: a redistribuição (dimensão sócio-econômica), o reconhecimento (dimensão simbólico-cultural) e representação (dimensão política), busca também em Iris Young⁴³ subsídios para pensar as políticas da diferença, especialmente a representação de minorias na política, que segundo essa autora, se justificaria não apenas por interesses e opiniões, mas também pelas “perspectivas sociais” correspondentes à posição estrutural que condiciona experiências compartilhadas por grupos localizados em posições socialmente semelhantes, por critérios de gênero, raça/etnia, classe social, e na interseccionalidade entre eles. O conjunto analítico presente nessa obra é mais uma demonstração da importância da produção de um conhecimento crítico e situado, em função da emancipação social.

Referências

PAIVA, Denise. (Org.) *Mulheres, Política e Poder*. Goiânia: Cãnone Editorial, Fundação de Apoio à Pesquisa do Estado de Goiás, 2011.

⁴² FRASER, Nancy. Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. In: *Revista de Estudos Feministas*. Florianópolis, 2007.

⁴³ YOUNG, Iris Marion. Representação política, identidade e minorias. *Lua Nova*, n. 67, p.139-190, 2006.

COLABORADORES DESTA EDIÇÃO

Abril Celina Gamboa Esteves é professora-investigadora da Faculdade de Ciências da Comunicação da Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, (BUAP-México). Atualmente, é integrante do corpo acadêmico de Comunicação Política da mesma instituição.

Angélica Cazarín Martínez é doutora em Desenvolvimento Regional pelo El Colegio de Tlaxcala A.C (México). Atualmente, é professora-investigadora da mesma instituição.

Angélica Mendieta Ramírez possui doutorado em Sociologia pela Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP-México). Atualmente, é professora-investigadora na Faculdade de Comunicação da BUAP.

Edgar Esquivel Solís é estudioso do tema da participação cidadã, democracia e da sociedade civil. Atualmente, é professor-investigador da Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa (México).

Fabiola Coutiño possui doutorado em Direito pela Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP-México). Atualmente é, professora-investigadora da Faculdade de Direito da BUAP.

Jorge Luis Castillo Durán é doutor em Desenvolvimento Regional pelo Colegio de Tlaxcala A.C (México). Atualmente, é professor-investigador da Faculdade de Comunicação da Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP-México) e responsável pelo corpo acadêmico de Comunicação Política.

Laura França Martello é mestranda em Ciência Política da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atualmente, é pesquisadora do Núcleo de Estudos e Pesquisas sobre a Mulher (NEPEM), na mesma instituição.

Lerins Varela Castro é mestre em Administração Pública pela Universidad Autónoma de Coahuila (UAC-México). Atualmente, é responsável pelo corpo acadêmico de Política e Sociedade da Universidad Autónoma de Coahuila.

Nayla Fernanda Andrade Lopes é especialista em Comunicação Empresarial pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UniBH). Atualmente, é mestranda em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais e integra o Grupo de Pesquisa Opinião Pública, Marketing Político e Comportamento Eleitoral, sediado na mesma instituição.

René Valdiviezo Sandoval possui doutorado em Ciências Sociais e Políticas pela Universidad Iberoamericana (UI-México). Atualmente, é diretor do

Instituto de Ciências do Governo e Desenvolvimento Estratégico da Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP-México).

Rubén Aguilar Valenzuela é doutor em Ciências Sociais pela la Universidad Iberoamericana (UI-México). Atualmente, é professor de Ciência Política e Comunicação na mesma instituição.