

00466
19

DEMOCRACIA, CAMPAÑAS ELECTORALES

Y

PUBLICIDAD POLÍTICA

TESIS QUE PARA OBTENER

EL GRADO DE MAESTRA

EN COMUNICACIÓN

PRESENTA

MARTHA ALICIA MÁRQUEZ RODRÍGUEZ

TUTOR: DRA. SILVIA MOLINA Y VEDIA

OTOÑO, 2002

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis padres:

Gloria y Manuel

In Memoriam

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Agradecimientos

Esta investigación es el resultado del esfuerzo, conocimiento, talento, entusiasmo y apoyo de muchas personas.

Cuando investigamos, reflexionamos y escribimos, somos siempre la síntesis de muchos que están alrededor de nosotros: los autores de nuestras lecturas, nuestros maestros, amigos y compañeros; así como de nuestras maravillosas presencias y nuestras grandes ausencias...

Agradezco aquí, la oportunidad de realizar mis estudios de maestría a dos grandes instituciones: la Universidad Nacional Autónoma de México, en particular a la Coordinación de Estudios de Posgrado de la F.C.P. y S. y por supuesto al CONACYT, las que a través de la suma de sus esfuerzos, han logrado fomentar la especialización y la excelencia académica en nuestro país.

Sirva también este espacio para señalar con respeto y consideración la invaluable ayuda de mi tutora, Dra. Silvia Molina y Vedia, quien con sus conocimientos, criterio, visión y experiencia fue soporte de mi labor, no sólo académica, sino también en mis intentos de ser mejor persona. Gracias Doctora.

De igual manera agradezco a mis queridos profesores: Alma Rosa Alva de la Selva. Maestra, compañera y amiga; te reitero mi amistad al infinito.

Carmen Millé, gracias doctora por permitirme hablar tanto en clase y sobre todo por abrir mi horizonte.

Leonor Ludlow, gracias por escuchar mis crisis.

Murilo Kuschick, gracias maestro y amigo, aprecio mucho nuestras conversaciones.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Ilya Adler, gracias querido doctor por sus palabras siempre certeras y en el momento preciso.

Susana González Reyna, gracias "doc" por escucharme.

Javier Esteinou Madrid, por sus invaluable comentarios.

Gracias a mis amigos de la "fac":

Alicia Rodríguez

Carlos Hernández

Gloria Luz Alejandre.

También agradezco el cariño y apoyo de mis amigos y compañeros:

Ana Celia Casaopriego, Daniel Peña, An Baccaert, Vladimir López, Gema Bustamante, Olivia Pineda, Andrés Oliva, Layla Sánchez, Griselda Aguilar, Laura Aguirre.

Gracias a mi "Club Cuba":

Fernando, Roberto, Arturo, Ericka, Mariana, Cristal, Rubén, Itzi y Rodolfo.

Agradezco especialmente a César Rodríguez y Eduardo Villarreal, por toda su ayuda.

Gracias, a mis amados hermanos, por su apoyo en nuestra nueva situación.

Por último y por su gran importancia: gracias a mi eterno cómplice en la vida, Enrique Baïlles.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ÍNDICE

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ÍNDICE

DEMOCRACIA, CAMPAÑAS ELECTORALES
Y PUBLICIDAD POLÍTICA

INTRODUCCIÓN..... I

Capítulo 1: DEMOCRACIA CON ADJETIVOS

 México: ¿De la ambigüedad a las ondas y olas democráticas?

 1.1 Sobre la noción de democracia..... 1

 1.2 Democracia y democratización como transición, reforma y fundación.

 Algunas tesis representativas..... 9

 1.2.1 Sobre la cuarta onda de democratizaciones..... 10

 1.2.2 Sobre la tercera ola democrática de Huntington..... 11

 1.3 Supuestos básicos de las transiciones a la democracia y los procesos

 de liberalización, consolidación y democratización..... 12

 1.3.1 Sobre la transición..... 12

 1.3.2 Sobre la liberalización..... 15

 1.3.3 Sobre la consolidación democrática..... 20

 1.3.4 Sobre la democratización..... 21

 1.4 Algunas variables esenciales para la definición de un régimen democrático. . 25

 1.4.1 Pluralismo y democracia..... 25

 1.4.2 Participación y oposición democrática..... 27

 1.4.3 Nueva institucionalidad democrática..... 30

 1.5 El proceso electoral del año 2000 en México: ¿Hacia su democratización?.... 32

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPÍTULO 2: PARTIDOS Y CAMPAÑAS EN MÉXICO

2.1	Asimetrías y diferenciales en los recursos o capitales de los partidos políticos mexicanos frente a la contienda electoral por la presidencia. (PRI, PAN y PRD).....	39
2.1.1	Sistema de partidos y su variación.....	40
2.1.2	Esbozo de interpretación del sistema de partidos en México.....	43
2.1.3	Distribución de recursos.....	47
2.1.3.1	Capital económico.....	47
2.1.3.2	Capital simbólico.....	50
2.1.3.3	Capital político o distribución de poder.....	58
2.1.3.4	Distribución de oportunidades.....	64
2.2	Campañas electorales en México: de la intuición a la investigación.....	71
2.2.1	Marketing político y electoral y publicidad política.....	72
2.2.2	Marketing electoral.....	75
2.2.3	Campañas tradicionales Vs. Campañas informadas.....	79
2.2.4	El talón de Aquiles: las encuestas.....	85

CAPÍTULO 3: LA QUIMERA DEL DISCURSO DE LA

DEMOCRACIA: VALORES DEMOCRÁTICOS Y PUBLICIDAD POLÍTICA

3.1	Comunicación y política.....	93
3.1.1	Acercamiento a la noción de comunicación política.....	97
3.1.2	Tabla categorial de la comunicación política.....	99
3.2	Publicidad política.....	102
3.2.1	Publicidad política y juegos del lenguaje.....	103

3.2.2	Publicidad política y televisión.....	106
3.3	Análisis de publicidad política.....	109
3.3.1	Delimitación y objetivos del análisis de los mensajes de publicidad política.....	109
3.3.2	Presentación de esquemas de categorías y unidades de registro y análisis.....	111
3.3.3	Vitrina metodológica.....	127
3.3.4	Los resultados y su interpretación.....	128
3.3.5	Resultados: algunas especificaciones.....	144
	PALABRAS FINALES (CONCLUSIÓN).....	153
	BIBLIOGRAFÍA.....	165
	ANEXO	

INTRODUCCIÓN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

INTRODUCCIÓN

La sociedad, la cultura y el sistema político mexicano se hallan en un proceso de cambios multifacéticos que dibujan una nueva praxis y formas cada vez más inéditas de resolución de conflictos políticos, derivado ello de las tendencias que a escala universal atraviesan por los más diversos contextos y países, signados por la globalización capitalista.

En este contexto, las turbulencias y cambios hiperveloces, de coexistencia del postmodernismo con resabios premodernos, ha cambiado el rol y el impacto de los medios de comunicación masivos en nuestras sociedades, como agentes de socialización política y cultural, que intentan homogeneizar a las diversas culturas y definiendo las orientaciones no solo económicas, sino políticas, sociales y culturales de los países.

Por otra parte, se asiste a una reconfiguración de los partidos políticos, los cuales atraviesan por enormes crisis sistémicas, de representación y agregación de las demandas e intereses plurales, perdiendo así su capacidad de interlocución de la sociedad frente al estado, emergiendo la sociedad civil, la cual está llamada a ocupar cada vez más el espacio público político, definiéndolo cotidianamente y presionando así a los poderes del Estado, así como a los distintos actores políticos, hacia mayores niveles de democratización de las naciones.

En este contexto, se registra una auténtica disputa por la esfera pública, por parte de los actores políticos, económicos y sociales, por influir en la definición de la agenda pública, a fin de que sus intereses prevalezcan y tengan posibilidades de resolución. Lo anterior, en el marco de un proceso democratizador acorde con las exigencias nacionales y globalizadoras que actualmente enfrentamos.

Ante este panorama, es importante conocer si los contenidos de los mensajes políticos y, por otra parte, el uso del espacio de los medios, realmente están coincidiendo con los

indicadores y valores de la democracia, a fin de lograr un cambio estructural de fondo en pos de la democracia sustantiva.

Al observar la irrupción de formas y discursos políticos en el espacio de los medios, que poseen características distintas a las que tradicionalmente se habían adoptado en nuestro país; nos surge la inquietud, basada en los desarrollos descriptivos de autores como Sartori, de preguntarnos si las modalidades que adoptan los mensajes políticos en los medios, construidas bajo la sistematización de disciplinas o enfoques tales como la mercadotecnia política, la ingeniería de imagen, la publicidad política, etc., están teniendo consecuencias en la forma y los conceptos de la política, dando por resultado la necesidad de una redefinición de la estructura y la conceptualización del quehacer político.

Seremos más directos: las nuevas formas de utilizar los medios de comunicación por la política y los políticos transforma la concepción de la propia política, que a nuestro juicio tiene repercusiones en la sociedad en general y en los proyectos nacionales de desarrollo, particularmente en las formas y modalidades de construcción de una Democracia.

Por ejemplo, la sustitución del espacio público y sus arenas por el espacio de los medios, nos puede llevar a ignorar el papel de la sociedad civil, confundiendo el debate entre las élites políticas como si fuera todo el universo de lo político.

Otro ejemplo de la perversión de la política - para utilizar palabras de Lipovetsky - sería el que los mensajes políticos, al competir por la atención de la audiencia en un medio donde la programación está orientada a la diversión y el entretenimiento (TV), están optando por modalidades de espectáculo, más que de explicación y de contenidos de fondo, quedando así los contenidos políticos reducidos a lo frívolo y banal.

La adopción del espacio mediático como espacio público, y la consecuente reducción de este último ¿en qué medida y forma estarían coadyuvando en procesos genuinamente democratizadores?

La respuesta es a la vez, complicada y amplia, por tanto, limitaremos el universo del problema al ámbito de la televisión y a su uso particular en la publicidad política en la contienda electoral para la presidencia del país en el 2000. Los paradigmas con los que confrontaremos el uso político de los medios en su posible rol democratizador, será la concepción de la democracia ideal y las democracias realmente existentes, así como la caracterización de los países en transición a la democracia.

De esta manera, el objetivo general que anima el presente trabajo de investigación atiende al propósito de observar en qué medida y forma los mensajes de las campañas políticas de los candidatos a la presidencia de la República para el periodo 2000-2006, transmitidos como spots de publicidad política por la televisión abierta, coinciden con los indicadores de los valores de la democracia, incidiendo, o no, en los procesos de democratización en México.

Así la hipótesis, que nos sirve más de eje rector que de afirmación a aprobar, señala lo siguiente: el discurso político en los medios masivos en el ámbito académico y de algunos actores políticos en nuestra nación señala que nos enfrentamos claramente a un proceso de transición democrática. En esa tónica, las campañas políticas de los candidatos están manejando la información de la manera pertinente y acorde con los procesos democratizadores. La condición de México frente a la democracia es de transición, lo que se refleja en las características de los periodos electorales en el momento de su instrumentación.

A continuación, exponemos el abordaje metodológico, que a nuestro juicio fue pertinente para realizar un acercamiento al objeto y problemática en estudio.

La propuesta metodológica que formula John Thompson, mediante lo que él llama hermenéutica profunda, incluye tres fases o procedimientos, y las denomina: 1) Análisis sociohistórico; 2) Análisis formal o discursivo, y 3) Interpretación / Reinterpretación.

Es necesario advertir que dichas fases no son etapas de un método secuencial, “sino más bien... dimensiones analíticamente distintas de un complejo interpretativo.” (Thompson: 1993:407)

Una segunda advertencia, respecto a las tres dimensiones de la hermenéutica profunda, se centra en que para Thompson, en cada dimensión pueden coexistir varios métodos de investigación, y por supuesto, estos métodos serán pertinentes o no según el objeto de análisis y las circunstancias específicas de la investigación.

La primera advertencia antes descrita nos ofrece la posibilidad de analizar el fenómeno como un todo interrelacionado, en donde distintos contextos inciden en el objeto de estudio, caracterizándolo en forma única y singular.

La segunda advertencia, nos abre la posibilidad de realizar un estudio que, a pesar de recurrir a diferentes métodos, no pierda coherencia ni pertinencia metodológica con la investigación; por el contrario, haciendo uso de métodos y técnicas de distinta procedencia -paradigmática- nos permita comprender y aprehender el fenómeno en sus dimensiones esenciales.

Así, en el capítulo primero, titulado “Democracia con adjetivos” (en obvia referencia al trabajo de Enrique Krauze “Por una Democracia sin adjetivos”), realizamos la ubicación espacio-temporal, al referimos a algunos rasgos del entorno actual, a partir del tema de la democracia, bajo la premisa de que las condiciones sociales y políticas vigentes son

resultado de múltiples sucesos de la historia de larga duración, que dan a México un perfil sui generis.

En el capítulo segundo: “Partidos y campañas en México” intentamos observar, ambos elementos, como un campo de interacción (Cfr: Thompson: 1993), es decir como un espacio de posiciones y trayectorias que unidos determinan algunas de las relaciones que se dan entre los partidos políticos y algunas de las oportunidades que tiene a su disposición. Aquí, nosotros centramos nuestra labor en la descripción de la distribución de recursos (económicos, simbólicos, etc.) que configuran las asimetrías y diferenciales de los partidos de cara a la contienda electoral del 2000. Asimismo, en este apartado bordamos sobre la peculiaridad de las campañas políticas mexicanas ante la irrupción de la mercadotecnia política.

En el capítulo tercero y último, “La Quimera del discurso de la Democracia” nos propusimos incursionar en la publicidad política, desde el marco del ámbito investigativo de la comunicación política como una modalidad de los “juegos del lenguaje”.

También, aquí presentamos un instrumento de análisis, con el fin de evaluar cuantitativa y cualitativamente el manejo de los valores de la democracia como argumento e insumo de dichos juegos del lenguaje; en particular intentamos dilucidar la tendencia y coincidencia, positiva o negativa, de los mensajes publicitarios con respecto a los indicadores de los valores democráticos, en el uso diferenciado que, cada partido o alianza realizó en el diseño de su estrategia publicitaria.

Finalmente, nuestra última pretensión fue la de reinterpretar las conclusiones obtenidas, en unas “Palabras finales”, que contienen reflexiones y nuevas interrogantes.

Es necesario, señalar que las diferentes partes de este trabajo fueron escritas antes, durante y después de las elecciones del 2000, por lo que pudiera haber cambios de apreciación sobre algunos temas.

Asimismo, consultamos sólo información especializada y aún cuando no creemos en las fronteras disciplinarias, tenemos que reconocer que toda la información fue interpretada desde nuestra formación en Comunicación.

Martha Alicia Márquez Rodríguez

México, Otoño del 2001.

CAPÍTULO 1

DEMOCRACIA CON

ADJETIVOS

CAPÍTULO 1. DEMOCRACIA CON ADJETIVOS

México: ¿De la Ambigüedad a las Ondas y Olas Democráticas?

Siendo congruentes con nuestra metodología, en este apartado haremos una interpretación de algunos de los aspectos esenciales que nos permitan dilucidar la noción de democracia, con el fin de registrar aquellas características consustanciales al surgimiento, desarrollo y permanencia de las democracias realmente existentes. Asimismo identificaremos los rasgos de la realidad mexicana, que nos permitan ubicar la situación del país frente al mapa democrático y las características que cubren sus procesos electorales en la actualidad.

1.1 SOBRE LA NOCIÓN DE DEMOCRACIA.

La democracia, como concepto y categoría teórica, admite un sinnúmero de acepciones y concepciones diversas, tantas como los autores y filósofos que la han pensado a lo largo de la historia, por lo menos desde los comienzos de nuestra civilización judeo-cristiana, por lo que es de carácter polisémico.

Si se considera que, tras la caída del muro de Berlín, - y con ella, de los regímenes del socialismo realmente existente- afloró el ideal de regímenes liberal-democráticos a escala planetaria, siendo una de las cláusulas necesaria para el librecambio de mercancías, servicios y dinero en la actual etapa de globalización, no deja de ser paradójico el percatarse de la situación antedicha, de no acuerdo (o consenso paradigmático) en el significado y alcance que debe atribuirse a nuestro concepto de democracia; es decir, todos quieren arribar a un ideal que se entiende de varias formas. Es como si cada individuo

aspira al cielo o nirvana, comprendiendo cada uno cosas diferentes, por lo que lucharán también de forma diferente por lograr su acceso al mundo celestial.

El gran problema en política es, sin embargo, justamente el ponerse de acuerdo, construir consensos, para manifestar la voluntad general y luchar por su concreción mediante el pueblo soberano.

La democracia es, al menos desde la ciudad-Estado griego, ideal de vida y de forma de convivencia en colectividad, y modernamente, la puesta en juego de los intereses de los diversos grupos en la incertidumbre de quién ganará en elecciones libres, justas y competidas, aceptadas las reglas del juego por todos los actores, para formular las políticas públicas que garanticen “el mejor interés” (Przeworski) de la ciudadanía electora, preservando el pacto social por la vía pacífica y con justicia para todos. El así llamado Estado de Derecho, el estado racional al que aludió Max Weber, debe garantizar la equidad, la transparencia, la libertad, la participación y la expresión de la pluralidad en las contiendas político-electoral, así como en la vida cotidiana de la sociedad.

Los problemas que abren una brecha, a veces enorme, entre las prescripciones normativas de la democracia, y su expresión concreta en la vida política y social, plantean los grandes retos de una auténtica gobernabilidad democrática hacia el nuevo milenio, apareciendo frecuentemente, como diría Churchill, como la peor forma de gobierno... salvo todas las demás.

Diversos autores dividen a la democracia en dos vertientes, sustantiva y procedimental, para significar que no es sólo una forma un tanto inasible de forma de vida colectiva, sino un “método” donde impera el gobierno del pueblo. Es en este tenor que Hans Kelsen afirma, al hablar acerca de la necesaria participación en el gobierno, sea de forma directa o representativa, que ello “no afecta a que la democracia sea en todo caso una cuestión de procedimiento, de método específico de creación y aplicación del ordenamiento social que

constituye la comunidad; éste es el criterio distintivo de ese sistema político al que se llama propiamente democracia”. (Hans Kelsen: 1988: 210)

Por su parte, Umberto Cerroni expone que la gran ventaja de la democracia consiste en “ser el único régimen político que permite la coexistencia, pacífica y no violenta, entre interpretaciones de la política muy distanciadas entre sí, como son las de derecha, de centro y de izquierda... (también) es un común denominador, un conjunto de reglas que permiten comparar, confrontar e incluso escoger, entre posiciones muy diversas”. (Cerroni: 1991: 190-191)

Coincidiendo con Kelsen, reafirma la importancia del procedimiento y de las reglas del juego de éste tipo de régimen político; a diferencia de aquellos de corte autoritario, es incluyente y permite la deliberación, coexistencia pacífica y participación de todas las ideologías y corrientes de opinión, de propuestas de proyectos de nación multivariadas.

Las “reglas del juego” democráticas, para Cerroni, son: 1.- Regla del Consenso;

2.- Regla de la Competencia; 3.-Regla de la Mayoría; 4.- Regla de la Minoría;

5.- Regla de Control; 6.- Regla de la Legalidad; y 7.- Regla de la Responsabilidad.

Todas las reglas antes citadas, componen todo un sistema democrático, en donde se deben aplicar en su totalidad, a fin de no poner en peligro la democracia. No sobra decir que, en el plano ético, el autor plantea que los principales fines de la democracia son, fundamentalmente, la libertad y la igualdad, valores que discutiremos más adelante.

Por su parte, el teórico norteamericano Robert H. Dahl, quien se ha caracterizado por sus aportaciones, desde la perspectiva anglosajona, al campo de estudios de la democracia, estableciendo sus supuestos y características básicas en lo que él denomina las “poliarquías” modernas, (retomando este concepto, según afirmó él mismo, de Johannes Althusius -1604) señala que el término democracia puede referirse tanto a un ideal como a un tipo específico de régimen actual. Como ideal, considera que ésta es una condición

necesaria, si bien insuficiente, para lograr el mejor de los órdenes políticos, y expone cinco criterios básicos para poderla afirmar: A) Igualdad en la votación, B) Participación Efectiva, C) Comprensión ilustrada, D) Control final sobre el programa, y E) Inclusión.

(Cfr. Dahl, Robert: 1991: 16-17).

Los criterios precedentes, conllevan un proceso decisorio racional por parte del "demos", cuerpo de ciudadanos que deberían de incidir en qué cuestiones se deciden y cuáles no, a través de los tres primeros, los cuales se complican en las democracias de los Estados-Nacionales (denominadas por Dahl poliarquías, diferenciadas de aquellas democracias que se dieron en las ciudades-Estado).

Asimismo, el autor supone tres condiciones y ocho garantías para la existencia de la democracia, interrelacionadas entre sí: las primeras derivan de la igualdad de oportunidades para 1) Formular las preferencias; 2) Manifestar las preferencias, 3) Recibir igualdad de trato por parte del gobierno en la ponderación de las preferencias.

Las ocho garantías, interrelacionadas con las condiciones, son:

- 1.- Libertad de asociación.
- 2.- Libertad de expresión.
- 3.- Libertad de voto.
- 4.- Elegibilidad para el servicio público.
- 5.- Derecho de los líderes políticos a competir en busca de apoyo.
- 5a. Derecho de los líderes políticos a luchar por los votos.
- 6.- Diversidad de fuentes de información.
- 7.- Elecciones libres e imparciales.
- 8.- Instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa de los votos y demás formas de expresar las preferencias. (Dahl: 14-15)

Existen dos dimensiones básicas para analizar el grado de democratización: por una parte, el debate público -Liberalización- y la capacidad de representación -participación- ejes sobre los cuales formula Dahl su esquema básico de una hegemonía cerrada (en donde la liberalización y la participación son igual a cero), pasando por oligarquía competitiva (cuando permite el debate público), hegemonía representativa (cuando existe participación), hasta llegar a la poliarquía plena (con total liberalización y representación). Obviamente, el politólogo apunta que la mayoría de los regímenes existentes se hallan en un terreno intermedio del cuadrante antes esbozado, siendo más o menos próximos a uno u otro extremo.

Desde luego, esta tipología (que se aproxima a una definición procedimental de la democracia) es más útil para unos contextos que para otros, según si se trata de países capitalistas desarrollados o subdesarrollados; de acuerdo con el grado de pobreza, marginación y desigualdades sociales existentes, etc.

A Dahl le interesan los factores que propician o no el debate público (la liberalización), así como la participación. Por nuestra parte, trataremos de dilucidar, para el caso de México, si en dado caso ha transitado de una hegemonía cerrada a otra más representativa (que permite cierto grado de participación) y liberalizada, y, si ello es cierto, cuestionarnos sobre el avance -siempre en términos dahlianos- hacia un régimen de cuasipoliarquía, como lo asienta para el caso de algunos países, con independencia de que los más "avanzados" se encuentran ahora en la tercera ola democratizadora, hacia la poliarquía total.

Para el caso mexicano, partimos de la hipótesis, que tiene consenso entre los tratadistas, de que la liberalización dio inicio hacia finales de los años 70, -en 1977 con la reforma política lopezportillista- con la inclusión de diversos partidos políticos y asociaciones, a la arena político-electoral institucional; y ésta ha ido en aumento en términos absolutos, no

sin ciertas regresiones, hasta nuestros días. Por lo que respecta al eje de la Representación (participación) puede asentarse un argumento similar, ya que paralelamente a la liberalización, el régimen político dio cauce a la libre expresión de las fuerzas políticas existentes, sobre todo originadas por los movimientos sociales de los años 60, específicamente el estudiantil-popular del 68, los cuales presionaron para una mayor y mejor representación, cambiando incluso sus formas, de un patrón corporativo, a otro de incipiente ciudadanización, con la emergencia de la sociedad civil.

No obstante los eventuales avances en los ejes básicos antes descritos, cabría ponderar el grado de lejanía que presenta México respecto de los criterios definitorios de la democracia como ideal fijada por Dahl.

Por su parte, David Beetham extiende las dimensiones de la democracia más allá del proceso electoral y de las libertades civiles, e incluye:

- 1) Rendición de cuentas del gobierno;
- 2) Aspectos de una sociedad civil democrática;
- 3) Grado efectivo de igualdad de derechos políticos y de oportunidades.

Para el autor, la democracia es “el gobierno del pueblo”, el cual debe tener como principios, un control popular, así como la igualdad política. La democracia, es un concepto político, concerniente a la toma de decisiones colectivas acerca de las reglas y de las políticas de un grupo, asociación o sociedad. Reclama que la hechura de esas decisiones, debe ser materia de control de todos los miembros de la colectividad, considerados como iguales. (Beetham: 1994: 27-28)

La propuesta teórico-metodológica que nos hace, consiste en auditar mediante ciertos índices, a la democracia, ello, para responder a la pregunta de qué tan democráticos somos. Propone el autor una “pirámide democrática” para determinar la propia democracia

en las sociedades contemporáneas, construida por los siguientes 4 elementos interrelacionados:

- 1.- Elecciones libres y justas;
- 2.- Derechos Civiles y Políticos;
- 3.- Gobierno abierto y responsable;
- 4.- Una sociedad democrática.

Ahora bien, de acuerdo con Beetham, una auditoría democrática completa debe examinar cada segmento en turno, para poder comprobar no únicamente la efectividad del control popular en la práctica, sino el grado de igualdad política en cada área: bajo elecciones libres y justas, qué tanto cada voto es de igual valor, y qué tanto existe una igualdad de oportunidades para acceder a los cargos públicos, dependiendo de cual es el origen de cada persona; bajo un gobierno abierto y responsable, del cual algunos individuos o grupos son o no sistemáticamente excluidos; bajo derechos o libertades civiles o políticas, y si éstas son efectivamente garantizadas en todos los sectores sociales; bajo una sociedad democrática, el grado de igualdad de oportunidades para la auto-organización, acceso a los medios de información, etc.

Los criterios antes descritos, han sido clasificados por el autor en 30 grandes preguntas, (indicadores), a objeto de guiar el proceso de evaluación en las diversas áreas especificadas. Para nuestros fines, señalamos las relativas a elecciones libres y justas:

1. ¿Qué tanto están determinados los cargos legislativos y gubernamentales por la elección popular, sobre las bases de competencia abierta, sufragio universal y urna secreta?
2. ¿Qué tan independiente del gobierno y del control partidista son las elecciones y procedimientos para el registro de votantes, y qué tan libre de intimidación y de fraudes es el proceso de elección mismo?

3. ¿Qué tan efectivo es el rango de elección y de información permitido por el sistema electoral y partidista a los votantes, y si existe acceso justo e igual para todos los partidos y candidatos a los medios masivos de comunicación?
4. ¿Qué tan extensamente los votos de todos los electores pesan lo mismo, y qué tan lejos llega su efectiva igualdad de oportunidades para optar por cargos públicos, con independencia a qué grupo social se pertenezca?
5. ¿Qué proporción del electorado vota actualmente, y que tanto la composición del Parlamento y el programa de gobierno reflejan las preferencias actualmente formuladas por el electorado? (Beetham: 1994)

Consideramos que estas preguntas deberán ser respondidas para el caso mexicano, de forma diferenciada, ya que v.gr., las elecciones federales de Julio de 2000, pueden visualizarse como inaugurales en muchos sentidos, permitiendo una ampliación y mejoría en la respuesta a las mismas, en virtud de estar determinados los cargos del ejecutivo y legislativo por la elección popular; haberse dado una mayor competitividad del sistema de partidos, mayor autonomía del IFE, entre los avances; aún cuando falta mucho por hacer en cuanto a la intimidación, coacción y compra del voto en algunas regiones, así como una ampliación del “demos”, permitiendo el voto en el extranjero.

Asimismo, puede consignarse la falta de correspondencia entre la oferta y la plataforma política partidista, respecto al programa real de gobierno, situación que en las democracias consolidadas, marcadamente las europeas, se ha erradicado.

1. 2 DEMOCRACIA Y DEMOCRATIZACIÓN COMO TRANSICIÓN, REFORMA, Y FUNDACIÓN. ALGUNAS TESIS REPRESENTATIVAS: GARRETÓN, SHMITTER, WHITEHEAD, HUNTINGTON, MIDDLEBROOK, MAYNWARING, MORLINO Y CANSINO

Conviene dilucidar las diferencias entre un Estado, un régimen y un gobierno fincado en la variable autoritaria, sobre otro Estado, régimen y gobierno basado en la variable democrática, a fin de establecer en dónde se encuentra hoy el caso mexicano, así como su posible tendencia en el nuevo siglo. Desde luego, los modelos teóricos, que se hallan en estado puro, difícilmente se dan cabalmente en la realidad, por lo que será posible, como lo establece Maynwing, distinguir una posición intermedia, la semidemocrática. (Maynwing: 1999: 18)

En efecto, varios países estarían, como México, en esta hipótesis intermedia entre el régimen autoritario y el democrático, de acuerdo con las variables analíticas del autor.

En todo caso, resulta pertinente estudiar a la democracia, sus requisitos, condiciones, valores y reglas, en el contexto del subcontinente latinoamericano, ya que es la región geopolítica e histórica-social que nos identifica en mayor medida frente al resto del mundo.

Así, los autores/pensadores más representativos de la corriente de estudios sobre la denominada transición democrática y los procesos de democratización en la región latinoamericana, son, a nuestro juicio: Manuel Antonio Garretón, Phillippe Shmitter, Lawrence Whitehead, Samuel Huntington, Kervin Middlebrook, Leonardo Morlino, Scott Mainwing, y Marcelo Cavarozzi, entre otros. Desde luego, no ignoramos las contribuciones de Dahl, Przeworski, O'Donnell, Juan Linz y Alfred Stepan, tratados aparte por su reconocimiento en el tema.

Asimismo, conviene destacar a algunos autores connacionales que han contribuido al enriquecimiento de la perspectiva transicional, como lo son César Cansino, Luis Rubio, José Woldenberg, Lorenzo Meyer, Porfirio Muñoz Ledó, Jesús Silva Herzog-Márquez, Jaime Cárdenas, Emilio Zebadúa, Juan Molinar y Mauricio Merino, entre otros. De ellos, señalamos los rasgos más importantes desarrollados por Cansino, Rubio y Silva Herzog, quienes han sistematizado el estudio de las transiciones políticas, con aplicaciones al caso nacional.

1.2.1 Sobre la Cuarta Onda de Democratizaciones

Se debe a Phillippe Schmitter el haber visualizado a los procesos de democratización a escala universal, estudiándolas por “ondas” que han sacudido a los diversos países. La primera de ellas fue la de 1848, llamada la “Primavera de la Libertad” acaecida en Francia, con la Comuna de París; la segunda se dio después de la Primera Guerra Mundial, en naciones de Europa; y después la tercera onda, la cual llegó posterior a la segunda guerra mundial, afectando no sólo a países europeos, sino latinoamericanos y otros países del llamado tercer mundo.

No obstante, la cuarta onda democratizadora, actualmente en curso, difiere según Schmitter, en tres aspectos, respecto a las que le antecedieron: 1) en primer lugar, es más larga; empezó en Portugal, con el derrumbe del régimen de Salazar Caetano en 1974, y todavía sigue su curso; 2) Es más extensa, ya que “ ha afectado ya a más continentes, regiones y países del mundo que las otras tres combinadas... empezó en el Sur de Europa; pasó a América Latina en primer lugar, -después- a Europa del Este, también produciendo movimientos y cambios significativos en Asia (Corea, Taiwán y las Filipinas); en África (Togo, Benin, Namibia, Angola, Nigeria y Sudáfrica); y, por primera vez, en el Medio Oriente (Argelia, Túnez)”, y 3) es la onda contemporánea más “unidireccional”, en cuanto

a que no se han registrado regresiones autocráticas, como sucedió en las anteriores ondas. (Schmitter: 1991: 104)

La cuarta onda democratizadora sería así la más extensa y de mayor duración, ya que abarcaría a todos los continentes, y desde los años 70. Así, esta oleada habría comenzado en Europa del Sur, hasta otros centroesteuropeos que transitaron de gobiernos autoritarios a otros de corte democrático tras la caída del Muro de Berlín en 1989, los ahora países exsocialistas. Asimismo, en el subcontinente latinoamericano se produjo un fenómeno similar, al derrumbarse las dictaduras militares e instaurarse formalmente los regímenes democráticos, en algunos casos, dándose los procesos de redemocratización, como en Chile, Brasil, Uruguay, Paraguay y Argentina, que ya habían sido formalmente democráticos, entre otros.

Algunos países africanos y asiáticos, como lo confirma Schmitter, no fueron la excepción a esta onda democratizadora, en las dos últimas décadas del Siglo XX.

1.2.2 Sobre la Tercera Ola Democrática de Huntington

Por su parte, Huntington apunta que asistimos a la tercera ola larga de la democracia, (las dos primeras, iniciadas en 1820 y en la segunda posguerra del Siglo XX, habrían tenido contraolas autoritarias) distinguiendo cuatro causas o razones en favor de las transiciones democráticas ocurridas en la última oleada:

1) causas únicas, como la aparición de una nueva potencia a nivel internacional; 2) desarrollo paralelo, que implica un grado de desarrollo homólogo en un grupo de naciones; 3) efecto bola de nieve, en el que se da por contagio un mismo fenómeno en varios países, y 4) la solución que prevalece, que implica una misma respuesta ante problemáticas similares, como es la propia democratización como algo deseable.

En efecto, estas causas han provocado la tercera gran ola –según Huntington – (o la cuarta onda, según Schmitter) democratizadora a escala mundial, por lo que difícilmente escapan a dicho paradigma algunos países. Así, la bola de nieve y la solución que prevalece, se han registrado en Latinoamérica, llegando sus efectos a la nación mexicana, sobre todo en la década de los 90, y más recientemente, el 2 de Julio de 2000, en cuyas elecciones para cambio de poder se evidenció como una demanda internacional, (sobre todo de los países miembros de la OCDE y de los países con los que México tiene signados acuerdos de libre comercio) la necesidad de la alternancia político-partidista, como condición si bien no suficiente, sí necesaria para la democratización del régimen político interno.

Pero veamos más de cerca algunos elementos teóricos de la democratización, para estar en condiciones de apreciar si México está entrando en la oleada y la onda globalizante a la hoy tan anhelada como principio y valor de la filosofía política: la democracia.

1. 3 SUPUESTOS Y REQUISITOS BÁSICOS DE LAS TRANSICIONES A LA DEMOCRACIA Y LOS PROCESOS DE LIBERALIZACIÓN, CONSOLIDACIÓN Y DEMOCRATIZACIÓN

1.3.1 Sobre la Transición.

Un primer conjunto de tesis y supuestos fundamentales de la “transición” a la democracia, consisten en que el régimen político en cuestión, estaría en un cambio, un desplazamiento de la autocracia (en sus diversas modalidades autoritarias) hacia la democracia, de acuerdo a la voluntad negociadora y conciliadora de los actores (sociales, políticos y económicos) tributarios tanto del viejo régimen que muda, como del nuevo que se construye.

Para Cansino, la transición democrática, o transición de un régimen autoritario a uno democrático, “es el intervalo durante el cual se pasa de un conjunto de arreglos institucionales y prácticas políticas definidos y controlados discrecionalmente por la élite en el poder, a otro acuerdo en el que la definición y el funcionamiento de las estructuras y prácticas políticas se someten a discusión, están garantizadas por la Constitución y respaldadas por la participación ciudadana.” (Cansino: 1997: 13)

Coincidiendo con otros autores, se distingue la transición por la existencia de un pacto o acuerdo nuevo, no ya sujeto a la voluntad y discrecionalidad absoluta del autócrata en turno, sino en un plano de respeto a la pluralidad y participación política ciudadanas, mediante nuevos acuerdos y arreglos institucionales capaces de arribar a la democracia, la que se aprecia como un valor compartido por las diversas fuerzas políticas.

Asimismo, el propio Schmitter advierte de cuatro posibles resultados de las transiciones democráticas, a saber:

1.- Regresión a la autocracia.- La mayoría de los países han recaído en la autocracia, por lo que es un peligro latente;

2.- Congelación de un régimen híbrido que no alcanza el mínimo procedimiento democrático, pero que no regresa al statu quo anterior, abriéndose dos vertientes: “dictablandas” o “democraduras”;

3.- Democracia no consolidada: son regimenes políticos condenados a la democracia sin poder gozar de ella, al no existir el faire-play (juego justo) entre las fuerzas políticas. Los actores no llegan a acuerdos sobre los principios básicos de la competencia, y los partidos se consideran el único dueño del poder.

4.- Democracia Consolidada: se dan las reglas del faire-play entre los actores políticos, así como tolerancia y competitividad entre los mismos.

(Schmitter: 1991: 105-108)

En relación con los subtipos de la vertiente de congelación en un régimen híbrido, cabe aclarar que la “democradura” consistiría en regímenes democráticos, pero con fuertes restricciones a la participación popular o a la competencia partidaria; en tanto que las “dictablandas” serían regímenes autoritarios un poco suavizados, con algunos derechos y protección ciudadana. Schmitter enmarca a México como una democradura, en razón de ser, apunta un régimen formalmente democrático que muestra sin embargo, resabios autoritarios, situación que lo coloca como un régimen híbrido.

México: ¿La Democracia como Transitocracia?

El politólogo mexicano Jesús Silva Herzog-Márquez, ha planteado una forma de interpretación de la transición democrática en México, (Silva Herzog-Márquez: 1999) que por su ya supuesta y prolongada duración, parece que llegó para quedarse, conviniendo así a los intereses del régimen político mexicano. En esta línea de argumentación, no accederíamos cabalmente a la democracia, dado que representaría más cesiones por parte de la élite gobernante hacia la sociedad civil, aunque tampoco podría decirse que predomina el régimen autoritario, ya que sería más vulnerable y repudiado tanto interna como externamente, habida cuenta que la democratización es un requisito sine qua non para celebrar tratados y acuerdos entre las naciones y regiones a escala internacional.

La transitocracia significaría el justo medio donde predomina la ambigüedad en la práctica política de los diversos actores, siendo un régimen justificatorio de la realidad social en que se encuentra todavía el Estado y la sociedad en México. En términos schmitterianos, predominaría un régimen híbrido, donde se ha congelado la multicitada transición, en aras de mantener el status quo y los privilegios de la élite en el poder político nacional.

1.3.2 Sobre la Liberalización

El enfoque de los “transitólogos” que venimos analizando, distingue algunas categorías teóricas básicas para el análisis del cambio de un régimen político temporario a otro, mediante una serie de etapas y/o requisitos necesarios para que la propia democracia cristalice no sólo como institucionalidad, sino como prácticas comunes y reconocidas por los principales actores políticos, sociales e institucionales.

Así entonces, es necesario distinguir entre, al menos, las categorías de liberalización, consolidación, democratización, así como sus consiguientes caídas y ascensos, reliberalización, reconsolidación, redemocratización, y los modelos a que dan lugar.

En relación con la liberalización, podemos decir que este concepto alude al término libertad, queriendo connotar el dejar, soltar, permitir, algo o alguien que antes de ello, no lo estaba, o estaba en una situación de represión, encierro o prohibición para actuar.

Por su parte, y tocante a nuestro análisis específico, Cansino afirma que la liberalización es “un proceso gradual y controlado de un régimen autoritario, puesto en marcha por la propia élite en el poder como respuesta institucional a la emergencia que ha puesto en riesgo la estabilidad o la propia continuidad del régimen”. (Cansino: 1997: 45)

En concordancia con lo anterior, la liberalización no se da como una concesión graciosa, sino obligada, desde la élite del régimen autoritario, que no quiere sucumbir ante los actores protodemocráticos, abriendo el proceso político de forma “gradual y controlada”, es decir, según la conveniencia básica de los detentadores del poder, a fin de asegurar la estabilidad y continuidad del propio régimen. Ahora bien, el proceso de liberalización política “implica un cambio en los niveles de pluralismo y de competencia políticos consentidos y garantizados por el régimen autoritario en cuestión”. (Cansino: 1997:46)

Así, las variables básicas son el pluralismo y la competencia política admitidos por el régimen de referencia: en ese sentido, la existencia de más partidos políticos en la

competencia institucionalizada, no se da solamente por la fuerza autónoma y el peso de cada actor, sino por el consentimiento, vale decir, el permiso de la autocracia o de la élite autoritaria, concedido a ciertos actores considerados “oposición leal”, o cuando menos, cooptable por los aparatos de poder autoritarios.

Para Przeworski, un régimen particular puede ser autoritario si existen algunos aparatos capaces de cambiar los resultados del proceso político institucional. En este sentido, muchos regímenes mejor descritos como “democracias tutelares” caen en esta definición, siendo regímenes en los que los militares se autoexcluyen del ejercicio directo del gobierno; sin embargo, se mantiene intacta su capacidad de intervención en alguna contingencia. (Przeworski: 1988: 60-61)

Ahora bien, los regímenes autoritarios de vez en cuando experimentan procesos de liberalización, entendido como un “proceso de institucionalización de libertades civiles, principalmente el derecho de la asociación autónoma, y de permiso e incluso creación de algunas organizaciones políticas en las cuales los conflictos pueden ser procesados en una moda de apertura, pero sin transformar los aparatos de poder y sobreponiendo su capacidad de control de forma ex post”. (Przeworski: 1988: 62)

Desde luego, los procesos de liberalización referidos no obstan para que el régimen autoritario entre en un franco proceso de democratización, en el cual prevalece la incertidumbre de los diversos grupos, a diferencia del régimen autoritario: “en un sistema autoritario es casi seguro que los resultados políticos sean contrarios a aquellos adversos a los intereses de los aparatos de poder, en tanto que en un sistema democrático no hay ningún grupo cuyos intereses puedan predecir resultados políticos con una aproximada certidumbre.” (Idem: 62)

En este sentido, la transición a la democracia se da bajo dos condiciones:

1.-el desmantelamiento de los viejos aparatos de poder autoritarios (entendidos como la amalgama de fuerzas armadas, policía, burocracia y cualquier otro que participe en el ejercicio del poder dictatorial, según el autor) y 2.- las nuevas fuerzas democráticas optan por instituciones democráticas como modelo en el cual pueden competir para la realización de sus intereses.

En suma, los análisis y categorías teóricas de Przeworski nos otorgan un instrumental relevante al campo de estudio de los procesos de democratización, como lo son los mecanismos horizontales y verticales de la rendición de cuentas, de la representatividad del gobierno, su eficacia, así como los aparatos de poder, que deben pasar de un tipo autoritario, a un esquema democrático, vía negociación y pacto entre los actores políticos fundamentales de un país, como lo es México, el cual se halla inmerso en la actualidad en dichas transformaciones, y nos apoya en la pregunta de si estamos transitando - o no - hacia la democracia difícil, para decirlo en los términos de Danilo Zolo, o más bien asistimos a cambios cosméticos, para reapuntalar la legitimidad y credibilidad del régimen político, no solo internamente, sino en el exterior.

Ahora bien, ello no impide el hecho de que la liberalización pueda darse tanto de forma funcional como disfuncional al régimen. Cabe cuestionarse, ¿porqué y para qué se da la liberalización?; una parte de la respuesta consiste en explicarla debido a las crisis que han erosionado las bases del régimen autoritario, en términos de credibilidad, legitimidad y/o eficacia para procesar las demandas sociales, con una falta al respeto de los derechos humanos fundamentales, y a fin de hacer creer, tanto al interior como hacia afuera del país en cuestión, que las cosas están cambiando, que se hace lo posible, mediante "reformas gradualistas", o cambios lentos pero seguros, hacia la democratización del régimen y del gobierno; cambio al estilo del gatopardismo: que todo cambie, para que todo siga igual.

El contar con dos o más partidos de oposición, que expresen a una o más clases sociales y/o segmentos relevantes de la opinión pública, y no sólo un partido - de Estado, oficial, o paraestatal- logra dar una fachada democrática a dicho régimen.

Así, la liberalización funcional sería aquella en la cual no se dan divisiones críticas en la coalición dominante; así como niveles no críticos de legitimidad y eficacia decisional. En este primer tipo, se superaría exitosamente la crisis autoritaria que dio lugar a la liberalización, ampliando los espacios de participación y grado de oposición (Dahl) al régimen autoritario; sin embargo, la otra posibilidad, atestiguada por varios estudiosos del tema, es que se dé una liberalización disfuncional, obviamente, al régimen autoritario en crisis; en ella, se darían fracturas críticas en la coalición dominante, así como una eficacia decisional y legitimidad descendente, agravando la crisis autoritaria.

El desenlace de tales procesos puede ser, tanto de un colapso del régimen en crisis, como una transición continua -democratización- o una reconsolidación de dicho régimen. (Idem: 48-51)

Se ha observado que casi todas las liberalizaciones han terminado en la caída del régimen autoritario, dado que no recuperan su legitimidad perdida, ni logran controlar a las fuerzas democratizadoras emergentes, por lo que las élites gobernantes se ven obligadas a pactar la transición, a fin de no perder la totalidad del control del poder político.

Adam Przeworski, antes estudiado, añade elementos para analizar los procesos de liberalización, al incluir a los actores políticos relevantes, tales como los grupos duros y blandos (hard-liners y soft-liners), así como los moderados y los maximalistas, ya que: “un obstáculo para entender los procesos de liberalización y democratización es la dificultad para identificar de forma a-priori los actores relevantes a este proceso... una forma de abordar el problema es empezar con los intereses, clasificando los distintos

grupos según los intereses que eventualmente defienden... otro enfoque consiste en distinguir a los actores directamente por sus posturas estratégicas". (Przeworski: 1978:8) En efecto, es clásico ya el análisis politológico de los actores intervinientes en un proceso de liberalización, apertura o reforma de un régimen político, observando las alianzas, coaliciones, rupturas, acuerdos, etc. entre los miembros y grupos relevantes; así por ejemplo, las coaliciones y acuerdos que han dado transiciones "pactadas" han sido por los esfuerzos de los soft-liners -blandos- de cada partido, grupo y/u organización política y social en los países donde se ha dado. Es decir, la liberalización trata de crear condiciones para un compromiso entre duros y blandos, considerando que es una estrategia del régimen autoritario.

Por otra parte, autores como O'Donnell y Schmitter ven a la liberalización, a diferencia de la democratización, como una ausencia de compromiso del régimen, de preservar en el tiempo las reformas aplicadas, tanto en ampliación de los derechos civiles y políticos, como en el sufragio universal o en el sistema de partidos semicompetitivo, todo lo cual puede ser revertido por el régimen político autoritario, según convenga a sus intereses.

Entre otros autores, Kervin Middlebrook ha estudiado a detalle el proceso de liberalización política registrado para el caso mexicano, afirmando que ésta ha sido funcional al régimen: " la liberalización política en México ha sido más gradual y menos conflictiva que muchas otras transiciones políticas... debido en parte a que el bien institucionalizado y ampliamente inclusivo régimen mexicano es una forma menos severa de gobierno autoritario" (Middlebrook, en O'Donnell y Schmitter: 1988: 182) Esta habría dado principio en 1977 con la Reforma Política del presidente López Portillo, incrementando el número y la diversidad ideológica de los partidos políticos oficialmente inscritos; alterando la ley electoral; aumentando la representación de los partidos opositores en la Cámara de Diputados; y ampliando su acceso a los medios de comunicación.

En suma, la liberalización consiste en una apertura gradual, ordenada y limitada por el régimen autoritario, dando más espacios a la pluralidad, la competencia y la oposición política, con el fin de legitimarse y pervivir en el tiempo, aun cuando él mismo conduce, como una primera etapa, hacia otra, la de consolidación de la democracia.

1.3.3 Sobre la Consolidación democrática

El conjunto de autores abordado, sostienen que toda vez que un régimen ha transitado exitosamente a la democracia, debe sostenerla a ésta en el tiempo (la dimensión intertemporal de O'Donnell), accediendo así, por medio de ciertos requisitos y condiciones, a la "consolidación" del régimen democrático.

Así, Gunther, Diamandouros y Puhle sostienen que la consolidación democrática reconoce un carácter bidimensional: 1o.) hay que asegurarse de que el país es completamente democrático, y 2o) está referida a la estabilización, rutinización, institucionalización y legitimación de pautas de conducta políticamente relevantes.

La primera dimensión es obvia, ya que no puede consolidarse algo inexistente, por lo que habría que verificar, medir y contrastar las variables básicas de un modelo empírico de democracia para poder cerciorarse, con relativa objetividad, de su cumplimiento en un estado nacional dado. La segunda, alude a lo que aquí destacaremos, como la variable de una "nueva institucionalidad" democrática, que permita precisamente la estabilización y rutinización de ciertas pautas de conducta de los principales actores sociales y políticos, políticamente relevantes, es decir, de impacto significativo en el régimen político. En palabras de los autores citados, "una nueva democracia está suficientemente consolidada cuando todos los grupos políticamente relevantes reconocen a sus Instituciones políticas como la única arena legítima de lucha política y se adhieren a sus normas de comportamiento". (Gunther, Diamandourus y Pule: 1996: 121)

Por su parte, Juan Linz define así a la democracia consolidada: “ en lo que se refiere a los comportamientos, un régimen democrático se consolida en un territorio cuando ningún actor nacional, social, económico, político o institucional destina recursos importantes al intento de alcanzar sus objetivos creando un régimen no democrático o separándose del Estado... en lo que hace a las actitudes, (se da) cuando una gran mayoría de la opinión pública, incluso en medio de grandes problemas económicos y de una profunda insatisfacción con los funcionarios, mantiene la creencia de que los procedimientos e instituciones democráticos constituyen el modo más apropiado de gobernar la vida colectiva y cuando el apoyo a las alternativas antisistema es pequeño o está más o menos aislado de las fuerzas democráticas... en términos constitucionales, (se da) cuando las fuerzas gubernamentales y no gubernamentales se sujetan y habitúan a la resolución del conflicto dentro de los límites de las leyes, los procedimientos y las instituciones específicas sancionadas por el nuevo proceso democrático”. (Gunther: 1996: 31)

1.3.4 Sobre la Democratización.

A diferencia de la liberalización, la democratización conduce de una situación autoritaria a otra de democracia pluralista (Nohlen), mediante un compromiso entre las élites y los grupos políticos diversos, tanto oficiales como opositores, a fin de lograr institucionalizar el conflicto por medio de un acuerdo explícito. La democratización se da, según Przeworski, cuando se logra institucionalizar la incertidumbre, sobre todo la electoral, así como los intereses y recursos de los actores relevantes. Lo contrario: si se sabe con antelación el resultado electoral, habiendo certidumbre en quién gana y qué intereses quedan garantizados, nos alejaría de la idea democrática.

Los indicadores de un proceso de democratización, a diferencia del referido a la liberalización, son sintetizados por Cansino como sigue:

- 1) Mayor grado de impredecibilidad que genera su implementación a nivel decisonal;
- 2) Las modificaciones institucionales que produce a través de reformas electorales, cambios constitucionales sustanciales y demás garantías políticas y civiles (dando lugar a un arreglo institucional, así como normas y valores reconocidamente democráticos);
- 3) Acuerdos y negociaciones entre actores políticos identificados con el régimen autoritario precedente y actores en mayor o menor medida antirrégimen; y
- 4) Nivel de pluralismo político permitido (mayor en un proceso de democratización).
(Cansino: 56-57)

En efecto, la democratización implica una mayor incertidumbre, al darse una mayor pluralidad y participación de diversos actores en la toma de decisiones, por lo que los resultados son impredecibles; asimismo, conduce a un nuevo “arreglo institucional”, distinto al preexistente en el régimen pretransicional, yendo más allá de la mera liberalización. Es decir, se crea toda una nueva institucionalidad posautoritaria, mediante pactos, acuerdos y/o negociaciones, podríamos decir, horizontales, entre los diversos actores políticos, los que se hallan en igualdad, no sólo jurídica frente al Estado, sino frente a la propia sociedad civil. Por último, el nivel de pluralismo permitido es mayor, en todo caso, que el resultante de un “pluralismo liberalizado”, en el que se acotan y delimitan por el régimen (autoritario) el número, la diversidad y hasta el peso específico de los partidos políticos registrados por la autoridad electoral, controlada por el estado desde arriba.

Para Garretón, por su parte, la democratización política (distinta de la económica y la social) consiste en “aquellos procesos que intentan establecer un núcleo de instituciones democráticas, de modo que constituyan el régimen predominante de una determinada polis, a partir de una situación histórica caracterizada por la presencia o predominio de un

régimen político en que las instituciones democráticas son inexistentes o mínimas”.

(Garretón: 1999: 19)

Las formas que ha asumido la democratización, según este autor, serían las fundaciones democráticas; las transiciones propiamente dichas y las reformas democráticas.

La noción de democratización, implica, como verbo, la acción y efecto de democratizar, lo que conlleva a la acción, decidida de forma teleológica, por los actores de tal proceso. En todo caso, el proceso mismo va de un punto a otro, de una situación autoritaria, a otra democrática. ¿Cómo puede en este tenor medirse o comprobarse la democratización? Una parte de la respuesta es observando si existen instituciones democráticas, que predominen sobre las autoritarias: se requiere pues, contar con una “nueva institucionalidad” que apunte la democratización en cuestión.

Es en este aspecto donde coinciden los estudiosos del tema: es necesaria la creación -y consolidación- de instituciones reconocidamente democráticas, así como el respeto y apego a las mismas por parte de los actores relevantes, lo que distingue, sumado a un auténtico pluralismo, a los procesos de democratización de otros.

Figura No. 1:

El Proceso de Transición del Régimen Autoritario al Democrático

Régimen

Autoritario → Liberalización → Instauración Democrática → Consolidación

└ Regresión Autoritaria

En esta sencilla figura, se denota el proceso esquemático propuesto por los autores analizados, sobre la transición a la democracia desde un régimen autoritario, el cual cambia, a partir de la liberalización (que puede ser funcional o disfuncional, siendo en este

último caso donde se transita hacia la democracia, ya que se da una fractura y divisiones críticas en la coalición gobernante, así como una baja en la legitimidad y eficacia del régimen), hacia la instauración (instalación) democrática, que significa el momento fundacional de la misma. En otra etapa subsecuente, se accede a la consolidación democrática, con los supuestos de rutinización, estabilización e institucionalización antes expuestos; sin embargo el ciclo continúa con posibles regresiones autoritarias, que dan una ruptura del orden democrático y reinstalan la autocracia o el régimen autoritario. Si vuelve a darse otra transición democrática, se arriba a una “redemocratización” y “reconsolidación” de la misma, como efectivamente ha sucedido en varios países, v.gr. Argentina, Colombia, Paraguay y Brasil en Latinoamérica.

Así pues, puede pensarse en un proceso un tanto cíclico y/o pendular, en que los países transitan alternativamente entre la democracia y el autoritarismo, como se señala en la siguiente figura:

Figura No. 2: Ciclo Del Autoritarismo a la Democracia.

Régimen Autoritario No.1 → Régimen Democrático No. 1 → Régimen Autoritario No.2
→ Régimen Democrático No.2... N

Teóricamente, la consolidación evitaría, o al menos reduciría el riesgo, de una regresión autoritaria, perdurando así en el tiempo (como las democracias consolidadas de Europa Occidental y Estados Unidos) a partir del respeto, por parte de los actores relevantes, de las reglas del juego democrático institucionalizadas. La situación se complica y aumenta la incertidumbre de la “durabilidad” de las democracias en países “emergentes”, donde ésta depende de factores tales como el bienestar social, el ingreso per-cápita, la educación, la

desigualdad de oportunidades y de condiciones, la no-credibilidad, aceptación y por ende legitimidad del régimen, por parte de amplios sectores sociales, entre otros.

Es decir, hasta que no se institucionalicen las nuevas pautas de interacción y arreglos entre los actores principales, seguirán las democracias emergentes pendiendo de un hilo, por las tentaciones de restauración autoritaria que subsisten en aquellas élites acostumbradas a dominar y dirigir históricamente a sus sociedades.

1.4 ALGUNAS VARIABLES ESENCIALES PARA LA DEFINICIÓN DE UN RÉGIMEN DEMOCRÁTICO

1.4.1 Pluralismo y Democracia.

Este concepto implica la diversidad de voces y opiniones, en una dimensión intersubjetiva que expresa varios sentidos, no sólo uno, en relación con la definición y construcción de proyectos democráticos.

El pluralismo, como valor democrático, remite a una sociedad donde conviven e interactúan pacífica y productivamente sus miembros, los cuales tienen puntos de vista, intereses y proyectos diferentes y hasta contrapuestos. Siguiendo a Dahl, todas las poliarquías son democracias pluralistas, debiendo contar con organizaciones importantes relativamente autónomas, las que ejercen un cierto grado de control sobre las decisiones finales adoptadas como políticas públicas.

Bobbio por su parte, nos recuerda que, si bien la sociedad democrática nació de una concepción individualista de la misma, ha pasado a ser, en los estados modernos, una sociedad pluralista, ya que “los grupos se han vuelto cada vez más los sujetos políticamente pertinentes, las grandes organizaciones, las asociaciones de la más diferente naturaleza, los sindicatos de las más diversas actividades, los partidos de las más

diferentes ideologías, y cada vez menos, los individuos...la realidad que tenemos ante nosotros es el de una sociedad centrífuga, que no tiene un solo centro de poder, sino muchos... y merece el nombre de sociedad policéntrica, poliárquica o policrática.” (Bobbio: 1986: 17-18)

En efecto, las sociedades modernas (así como su combinación de pre y postmodernidad) presentan múltiples intereses, posiciones, valores y concepciones del mundo y del deber ser en colectividad, que son por definición heterogéneas y hasta contradictorias, por la diversidad de nacionalidades, razas/etnias, religiones, lenguas, costumbres, formas de producción de medios de vida, etc., lo que se expresa en la multiculturalidad y su configuración organizacional variada. Asimismo, la forma en que se reivindican dichos intereses ha sido a través de la representación política (Bobbio), en la que los parlamentos democráticos expresan y representan a los mismos, y por ende, a la pluralidad de actores sociales y políticos que se mueven en la arena del poder y luchan por su distribución.

Así pues, México, aparentemente está arribando a una nueva institucionalidad en la que el pluralismo, y no ya la “unidad revolucionaria” en que se fincó la construcción del estado contemporáneo posrevolucionario, parece ser que será el que predomine en el futuro entre las instituciones estatales y la sociedad civil, tanto por factores internacionales, como internos.

El nuevo pluralismo que se ha expresado en México en la década de los noventa, deriva de un sistema electoral liberalizado, que se expresa en un sistema de partidos más competitivo y en una oferta política más amplia y diversa, transitando de un partido hegemónico (PRI) a otro multipartidista competitivo -de tipo tripartidista predominante-; modificando la integración y representación hacia una mayor expresión y canalización de demandas sociales, por parte de los partidos con representación en las cámaras de senadores y diputados.

Asimismo, se ha observado una mayor pluralidad en la configuración del poder ejecutivo en los tres órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal, debido a los factores antes enunciados, originando las figuras de los gobiernos divididos y yuxtapuestos, que significan la expresión del nuevo pluralismo, real y consentido por el régimen político, lo que está modificando las relaciones interorgánicas del estado, así como las prácticas de los actores políticos relevantes. Ello significa a su vez la construcción de una nueva institucionalidad de corte democrático para México en el nuevo siglo.

El pluralismo es así, una variable capital en la definición de un modelo de democraticidad, por cuanto que de él derivan tanto la nueva integración y representación parlamentaria, como del ejecutivo en sus diversas instancias.

1.4.2 Participación y Oposición Democrática.

La participación significa “tomar parte de”, y en la democracia, se refiere a la necesaria intervención de la ciudadanía en la construcción de la esfera pública política. Sin embargo, también significa “compartir” algo con alguien, siendo por ello un acto eminentemente social, vinculativo de alguien con los demás. (Merino: 1997: 9) Al contrario de la democracia, las autocracias restringen y reprimen tal participación ciudadana, ya que ésta se encuentra en poder del autócrata (trátese de un sólo hombre o de una autocracidad sistémica), por lo que la gobernabilidad, autoritaria, consiste en limitar cualquier forma de participación, ciudadana y social, tanto de grupos de presión e interés, partidos, sindicatos y otros que se expresan en el seno de la sociedad civil. En cambio, como apunta Woldenberg, “la esfera pública, según la doctrina democrática, es competencia de todos, y la participación ciudadana una condición para que el propio sistema se reproduzca”.

(Woldenberg: 1997:48)

La idea de una mayor participación, consustancial a la democracia, anima a los procesos electorales y a la construcción de espacios públicos en la vida de la colectividad, definiendo al sistema de partidos y a la representación política resultante.

La relevancia de la participación ha originado todo un modelo democrático, conocido como de "Democracia Participativa", (Held), donde algunos de sus más connotados representantes, tales como Carole Pateman, Russell Neuman, Macpherson, y Poulantzas, entre otros, estiman, según Held, que la participación democrática presenta, entre sus características principales: "1) la participación directa de los ciudadanos en la regulación de las instituciones clave de la sociedad, incluyendo el lugar de trabajo y la comunidad; 2) la reorganización del sistema de partidos, haciendo a los cargos del partido directamente responsables ante sus afiliados; 3) funcionamiento de los "partidos participativos" en la estructura parlamentaria o del congreso; 4) mantenimiento de un sistema institucional abierto, que garantice la posibilidad de experimentar con formas políticas." (Held: 19 : 315-316)

Queda así claramente explicitada la relación entre la participación ciudadana-participación partidista-integración parlamentaria, en la que debe predominar la responsabilidad del poder burocrático y del congreso ante los ciudadanos, quienes regulan precisamente a las "instituciones" básicas de la sociedad, entre ellas están el parlamento, los partidos, así como los poderes ejecutivo y judicial y los órganos electorales, entre otros.

Asimismo, la oposición refleja el grado de disenso en una sociedad, y es aquella participación política que está en desacuerdo con el grupo y el partido dirigente/gobernante; es decir, aquellas fuerzas políticas "opuestas" al gobierno. En México, se ha observado que estos dos indicadores (participación y oposición) han aumentado en la última década, de los noventa, tanto en su vertiente que podríamos señalar como "leal" al régimen, como aquella otra "real". La oposición leal ha existido desde que

se institucionaliza el sistema político contemporáneo, siendo ésta impulsada hasta en los momentos de recrudescimiento autoritario, tal cual se dio en el mandato del presidente Díaz Ordaz (quien favoreció a los partidos paraestatales), y desde luego, también en los procesos de “liberalización” del régimen, en las reformas político-electorales puestas en marcha, que han graduado a la medida la oposición y su capacidad para influir en la política nacional. En ese sentido, la oposición puede determinarse según las leyes electorales y sus reformas, mismas que determinan el sistema de partidos, la formación de mayorías, coaliciones, cláusulas de gobernabilidad, etc., limitando así la expresión del potencial opositor al régimen político.

Por su parte, la oposición “real” puede descomponerse en dos vertientes: la institucional y la extrainstitucional. La primera de ellas, es aquella que, significando una posición distinta a la del grupo dirigente, ha encontrado, y decidido, participar de acuerdo con las “reglas del juego” del sistema, expresándose en asociaciones políticas, grupos organizados y partidos políticos diversos, que pueden (o no) tener representación parlamentaria.

En relación con la oposición real extrainstitucional, ésta consiste en aquellas fuerzas político-sociales cuyas orientaciones político-ideológicas, así como los intereses y proyectos que defienden, se encuentran alejados de aquellas otras fuerzas dirigentes y/u opositoras que coinciden en alguna medida con aquellos intereses y valores, los cuales comparten y por los cuales se les ha permitido su institucionalización.

Nos referimos entonces a aquellos partidos, grupos y movimientos sociales de protesta, que van desde los revolucionarios, guerrilleros, hasta los anarquistas y terroristas, los que coinciden en la no-creencia en las instituciones creadas para la satisfacción de las demandas/necesidades que pretenden, con sus acciones políticas, reivindicar.

Los diversos tipos de participación y oposición, (tanto la institucional como la extrainstitucional) suponemos aquí que están definiendo una nueva institucionalidad, de

tipo democrática en México, expresada en el aumento del conflicto y la confrontación, así como en el acuerdo y la construcción de consensos entre los diversos actores políticos, sociales e institucionales que son fundamentales en la transición política democrática.

En un régimen de democracia representativa, apoyado en la división de poderes entre el Ejecutivo, Legislativo y Judicial, la oposición se expresa en el parlamento, ya que dicha institución es el vehículo de expresión y cauce a las demandas y problemas sociales, políticos, económicos y culturales; como afirma Loaeza, “los parlamentos son el medio natural de la oposición porque son la sede de la soberanía y el campo de batalla de los partidos”, (Loaeza: 1996: 42) siendo ello un proceso de gestación histórica de larga duración, desde Inglaterra en el Siglo XII hasta nuestros días.

1.4.3 Nueva Institucionalidad Democrática.

Las instituciones tienen un enorme significado en el proceso de democratización de los estados modernos; no podía ser de otro modo en tiempos en que la modernidad se ha expresado, entre otros aspectos, en la despersonalización y en la secularización de la estatalidad. En México, podríamos afirmar, siguiendo el dicho callista, que hemos pasado a ser, de un país de caudillos (de “un solo hombre” diría González Pedrero), a otro de “instituciones”, que a su vez, presumiblemente estarían mudando de ser “instituciones autoritarias”, a la construcción de una nueva “institucionalidad democrática”.

Los procesos de institucionalización han sido estudiados a profundidad por diversos sociólogos, tales como Castoriadis, quien afirma que la sociedad misma es la “institución de instituciones”, al ser tanto “instituyente” como “instituida”, cumpliendo ambos planos.

Así pues, la sociedad instituye nuevos arreglos y nuevas prácticas, más acordes a sus necesidades, que a su vez derivan del grado de modernización/diferenciación/democratización alcanzados en un momento histórico. El

tránsito a un estado liberal/democrático exige una nueva institucionalidad, de tipo democrático, que de soporte a las exigencias del mundo contemporáneo, signado por la globalización de los procesos y las cláusulas mismas de democraticidad y gobernabilidad exigidas para poder realizar el libre comercio entre naciones, bloques y/o regiones del planeta.

La tercera ola democratizadora planteada por Huntington, o la cuarta onda del mismo tópico, esbozada por Schmitter, pareciera ser que han influido, y seguirán haciéndolo, a la construcción de una nueva institucionalidad democrática en México, así como ha pasado y está pasando, en otras latitudes del subcontinente latinoamericano.

Al ser importantes las instituciones en el futuro de la misma democracia, conviene incorporarlas al análisis, en la medida en que afectan viejas prácticas y arreglos ya caducos, que fueron funcionales en un régimen predominantemente autoritario, pero que se han vuelto disfuncionales en clave de la democratización y apertura observadas en el mundo.

Así, O'Donnell las define como aquellos "patrones regularizados de interacción que son conocidos, practicados y regularmente aceptados (si no necesariamente normativamente aprobados) por agentes sociales dados, quienes en virtud de esas características, esperan continuar interactuando bajo las normas y reglas formal o informalmente expresadas en dichos patrones". (O'Donnell: 1992: 3)

Conviene esclarecer el papel de las instituciones en la transición y consolidación democrática en México; sus patrones de funcionamiento y la interacción de los actores en su diseño; los arreglos institucionales y los acuerdos y pactos necesarios que garanticen los cambios con estabilidad y gobernabilidad democrática, empalmando en lo posible, la praxis política específica con los diseños institucionales/constitucionales que dan vida a las propias instituciones políticas nacionales.

Así, una nueva institucionalidad democrática se antoja no sólo deseable sino imprescindible para afincar las nuevas bases del desarrollo nacional del Siglo XXI, así como la viabilidad histórica de la nación: si no se logra un nuevo pacto o acuerdo esencial entre las fuerzas y actores relevantes de esta transición política o cambio epocal, definiendo su sentido amplio de futuro, estaremos al borde de estallidos sociales y rupturas radicales; si se logra este nuevo pacto social, habremos refundado, democráticamente, a la República Mexicana del nuevo milenio.

1.5 EL PROCESO ELECTORAL DEL AÑO 2000 EN MÉXICO: ¿HACIA SU DEMOCRATIZACIÓN?

A la luz de los elementos teóricos analizados, puede afirmarse que los procesos electorales celebrados en México en Julio de 2000, en los que por vez primera se da la alternancia partidista a nivel de la presidencia de la República, ascendiendo el Partido Acción Nacional, con su candidato Vicente Fox Quezada, y desplazando al Partido Revolucionario Institucional y su candidato, Francisco Labastida Ochoa, inauguran una nueva época para nuestro sistema político. En efecto, el triunfo de los partidos opositores al gobierno priista, cuya permanencia en el poder data de 71 años, aparentemente refleja una mayor competitividad y pluralismo del sistema de partidos, y por otra parte una mayor participación y compromiso de la ciudadanía; y se expresa finalmente en la alternancia en el poder, condición necesaria, -aunque no suficiente- para la democracia, según hemos visto en la revisión de los autores citados con anterioridad.

En efecto, México ha transitado de lo que podría llamarse una “autocracia sistémica” (es decir, no apoyada en el poder exclusivamente unipersonal, por más que hayamos tenido un presidencialismo fuerte), fundada en los regímenes posrevolucionarios, a un “pluralismo liberalizado”, sobre todo con las reformas político-electorales de 1963, 1977,

con la LOPE, 1988 y 1994, años en los cuales se da un punto de quiebre e inflexión del modelo hacia una mayor competitividad política y pluralismo, reflejados en la creación de las figuras de gobiernos divididos (es decir, gobiernos en los que el poder ejecutivo es detentado por un partido político distinto al que obtiene la mayoría en el Congreso, Federal y Locales) y yuxtapuestos (es decir, donde el presidente de la República, el gobernador de un estado y los presidentes municipales de dicho estado pertenecen a diferentes conformaciones políticas) en el país.

Finalmente, pensamos que México entró a una fase transicional a la democracia al menos procedimental de manera más clara a partir de los procesos político-electorales de 1997 y año 2000, en virtud de cumplirse los supuestos teóricos antes esbozados, destacadamente, el gobierno dividido a nivel federal, donde el partido del presidente de la República, el PRI, perdió por primera vez la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados, originando un Congreso dividido y plural, (más participativo y deliberativo; con mayor capacidad de iniciativa y de enmienda al ejecutivo) mayor pluralidad, competencia y participación social y ciudadana a nivel local, reflejándose ello en la figura de la alternancia política.

La expresión máxima de los argumentos prodemocráticos antes esbozados fueron los procesos político-electorales de 1999-2000, producto de un desgaste del régimen político y del gobierno originado por las crisis, tanto económico-financiera, como de eficacia y de legitimidad frente a la ciudadanía, ávida por encontrar “nuevos espacios de proyectos alternativos”, según lo ha señalado Zemelman como condición para la democracia, por las razones que anotamos enseguida:

- a) Por vez primera, desde que se funda el régimen político mexicano posrevolucionario, de fines de los años 20 y 30 del siglo XX, el partido siempre en el poder (el PNR-PRM-PRI) perdió la presidencia de la república, considerada la institución básica del mismo régimen conjuntamente con su partido, el PRI, según

Cosío Villegas. Es decir, después de 71 años en el poder presidencial, dicho partido fue derrotado en una jornada electoral considerada histórica. Por vez primera, en México se da la alternancia en el primer mando de la República; con el desplazamiento del PRI por el PAN, encabezado por Vicente Fox. Dicha alternancia, como se apuntó, es considerada una condición, si bien no suficiente, si necesaria para la democratización de la vida nacional, al igual que en otros países que han transitado exitosamente a la democracia. La alternancia abre la expectativa del triunfo de un nuevo proyecto, que puede ser una opción al antes aplicado; esperamos no acceder a dicha alternancia política sin alternativa.

- b) Las elecciones se efectuaron bajo los principios democráticos de libertad, justeza, imparcialidad, objetividad y competitividad entre los distintos partidos de la constelación política; papel esencial en ello lo fue el del Instituto Federal Electoral, IFE, quien actuó también por vez primera con una mayor autonomía frente al gobierno, imparcialidad, legalidad, certeza y objetividad; reflejando un real avance mediante su profesionalización electoral, en la organización y operación de la jornada electoral, así como en el escrutinio y cómputo de la votación, y la difusión de los resultados. Fue una jornada muy vigilada e impecable, en la que los incidentes no llegaron a reflejarse ni política, ni numéricamente.
- c) Desde 1988, 1994 y 1997, se profundiza el pluralismo, la participación y la alternancia en los gobiernos locales, dándose los gobiernos divididos y los gobiernos yuxtapuestos a escala federal, impulsando así un mayor equilibrio y autonomía entre los poderes del Estado mexicano y los órdenes de gobierno, federal, estatal y municipal, posibilitando de este modo un mejor ejercicio democrático, republicano y federal. Baste señalar que el propio presidente electo, Fox, ni su partido, el PAN, no tendrán mayoría absoluta, ni relativa, en el

Congreso federal, por lo que tendrán que privilegiar los acuerdos y las negociaciones con las otras fuerzas políticas (sobre todo, paradójicamente, con el PRI, partido que resultó como la primera minoría en los diputados y en senadores).

- d) Se ha originado una nueva institucionalidad, protodemocrática, con un sistema de pesos y contrapesos que hablan de una cultura política ciudadana de mayor madurez política, al menos eso parece, la cual dio su voto diferenciado hacia un nuevo equilibrio y rendición de cuentas de todos los actores políticos hacia la sociedad; es decir, se votó no por la unicidad y el monocratismo de cualquier signo; sino por la diversidad, la pluralidad y la diferencia, la cual esperamos sea respetada por todos, en esta redefinición necesaria de las reglas del juego democráticas.

Con el objeto de ser claros, a continuación presentamos, en forma sintética, algunas de las condiciones para el desarrollo de la democracia, así como los indicadores democráticos en el ámbito electoral, que nos sugieren los diversos autores consultados.

CONDICIONES PARA EL DESARROLLO DE LA DEMOCRACIA

AUTOR	CONDICIÓN
ROBERT DAHL	Igualdad en la votación. Participación efectiva. Comprensión ilustrada. Inclusión.
GIOVANNI SARTORI	Desarrollo económico. Grado de educación. Estructura intermedia. Liderazgo.
ADAM PRZEWORSKI	Desmantelamiento de los viejos aparatos de poder autoritario. Las nuevas formas democráticas optan por instituciones democráticas.
JUAN LINZ	Desarrollo de una sociedad libre y vigorosa. Sociedad política relativamente autónoma. Estado de derecho. Burocracia gubernamental y servicio civil eficiente. Sociedad económicamente instituida.
GUILLERMO O'DONNELL	Que no se dé una regresión autoritaria.
ALAIN TOURAINE	Respeto a los derechos fundamentales del hombre.

**INDICADORES DEMOCRÁTICOS ESTABLECIDOS, POR DIFERENTES
AUTORES, EN EL ÁMBITO ELECTORAL**

AUTOR	INDICADOR
ROBERT DAHL	Derecho de líderes políticos a competir en busca de votos.
DALH; O'DONNELL	Diversidad de fuentes de información.
DAHL	Instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa del voto.
DAHL, O'DONNELL; BEETHAM	Elecciones libres e imparciales.
JUAN LINZ	Competencia libre y no violenta entre líderes.
ADAM PRZEWORSKI	Institucionalización de la incertidumbre.

Hemos esbozado, hasta aquí, los trazos que delinear por un lado, a la democracia y por otro al proceso electoral 1999-2000 en México. Información indispensable que nos permitió dilucidar las dimensiones, categorías e indicadores democráticos, que más tarde habremos de localizar en los contenidos de los mensajes de la publicidad política.

A continuación pretendemos identificar, bajo la interpretación del concepto de campo de interacción realizada por John Thompson en su hermenéutica profunda, las asimetrías y

diferenciales que caracterizaron los partidos políticos (PRI, PAN y PRD) en el plexo de la contienda electoral que nos ocupa, con el objetivo de conocer las ventajas y desventajas que los diferentes capitales (económico, simbólico, político) asignaron a los protagonistas, en su lucha por la conquista del poder Ejecutivo para el periodo 2000-2006.

CAPÍTULO 2

PARTIDOS Y CAMPAÑAS

EN MÉXICO

CAPÍTULO 2. PARTIDOS Y CAMPAÑAS POLÍTICAS EN MÉXICO

2.1 ASIMETRÍAS Y DIFERENCIALES EN LOS RECURSOS O CAPITALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS MEXICANOS FRENTE A LA CONTIENDA ELECTORAL POR LA PRESIDENCIA. (PRI, PAN Y PRD)

La noción de campo de interacción fue desarrollada por Pierre Bourdieu, quien al calificar de reduccionista a la sociología de la producción cultural, por sus planteamientos de esquemas antagónicos (izquierda-derecha), señaló que es necesario investigar los problemas de interacción en la sociedad reconstruyendo “el juego en su conjunto”, así: “Solamente en el campo de posiciones se definen tanto los intereses genéricos asociados al hecho de participar en el juego como los intereses específicos ligados a las diferentes posiciones y a través de ellos, la forma y contenido de las posturas en las que se expresan estos intereses.” (Bourdieu: 1988: 10)

Posteriormente John Thompson, retoma el concepto “campo de interacción” imprimiéndole especificidades inherentes a sus propósitos y objetos de estudio, definiéndolo de esta manera: “puede conceptuarse de manera sincrónica como un espacio de posiciones y diacrónicamente como un conjunto de trayectorias. (...) Tales posiciones y trayectorias están determinados en cierta medida por el volumen y la distribución de diversos tipos de recursos o capital.” (Thompson: 1998: 220)

Para efectos de esta investigación, consideraremos a los partidos políticos (PRI, PAN y PRD) como instituciones sociales que pueden observarse como constelaciones de reglas y relaciones que se sitúan en campos de interacción y que cuentan, para alcanzar sus objetivos e intereses, con recursos o “capitales” generalmente, diferenciados y asimétricos en los ámbitos económico, simbólico y político.

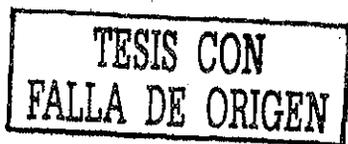
En este apartado, haremos énfasis en la descripción de dichos capitales, considerados de la siguiente manera: 1) identificaremos como capital económico, los recursos financieros con que contó cada partido en la instrumentación de sus campañas y demás actividades proselitistas; 2) el capital simbólico será entendido aquí, como el uso y acceso a los medios de comunicación en términos cuantitativo y cualitativos, nos interesa particularmente el uso de la publicidad política; 3) el capital político lo entendemos como el número de votos y cargos representativos obtenidos para integrar los poderes legislativo y ejecutivo.

Así, y para dar respuesta a la determinación del campo de interacción de los partidos en México, procederemos a ubicar el sistema de partidos existente, en el proceso electoral aludido.

2.1.1 Sistema de Partidos y su Variación

Los partidos políticos pueden estudiarse tanto como unidades independientes, como formando parte de un sistema; como unidades, se conciben como “cualquier grupo político que se presenta a elecciones, y que puede colocar mediante elecciones a sus candidatos en cargos públicos” (Sartori: 1987:92)

En efecto, en esta definición mínima, Sartori expresa una de las funciones de los partidos políticos, la conquista del poder político; las otras son el permanecer en el poder o influir en el mismo. Así, tenemos que para Duverger, un partido es “una comunidad con una estructura particular (...) cuyo objetivo es conquistar el poder y ejercerlo”.(Duverger: 1980:15) Más adelante, y ajustando su definición, expresa que “un partido no es una comunidad, sino un conjunto de comunidades, una reunión de pequeños grupos diseminados a través del país (secciones, comités, asociaciones locales, etc.), ligados por instituciones coordinadoras”. (Duverger: 46-47)



Los partidos en cuanto unidades tienen su propia lógica de organización, tamaño, grado de institucionalización, afiliados, simpatizantes, etc.; sin embargo, la situación se modifica sustancialmente si los abordamos en cuanto "sistema de partidos", ya que el concepto mismo de sistema, implica a un conjunto de elementos que se interrelacionan y cumplen una función al interior del mismo, alterando cada elemento el modo de ser del propio sistema.

Lo mismo sucede con un sistema de partidos, el cual se caracteriza por la definición de las pautas de interacción competitiva entre las unidades partidistas existentes, diferente a la actuación singular de los mismos. Las interacciones entre los partidos están relacionadas con la naturaleza de las unidades que interactúan, y las interacciones, a su vez, tienen efectos sobre las unidades en que interactúan, modificando así el comportamiento singular de cada partido.

Ahora bien, el campo de interacción de los partidos es, manifiestamente, la contienda electoral, siendo el tipo de competencia peculiar al sistema de partidos, su participación pública en elecciones abiertas, institucionalizadas y periódicas (en regimenes liberal-democráticos).

En palabras de Duverger, el sistema de partidos entraña las formas y modos de su coexistencia, a partir de diversas variables capitales, las cuales se expresan en diferentes formas en cada país, siendo un conjunto más o menos estable del número de partidos, sus estructuras internas, ideologías, dimensiones, sistemas de alianzas, así como las oposiciones. Así pues, distingue a los partidos flexibles y rígidos, los totalitarios y especializados, centralizados/descentralizados, etc.

Para Sartori, un sistema de partidos es una subunidad del sistema político, cuya apertura y evolución han dependido de que los países logren obtener condiciones significativas de

representación y participación por parte de los partidos y la ciudadanía. Lo define como “el sistema de interacciones que es resultado de la competencia entre partidos”.

(Sartori: 1987: 69)

Para este autor, el sistema de partidos debe reflejar la presencia y el sentido de oportunidad de las fuerzas políticas claramente diferenciadas, en condiciones de estabilidad y competitividad democráticas. Más que el criterio cuantitativo, importan otros, como el ideológico, ya que este define a los partidos según su pragmatismo o apego a doctrinas e ideologías; o la fraccionalización (o polarización) del sistema interpartidista.

Para concluir este apartado, consideramos a Panebianco (quien, con Duverger y Sartori, entre otros, conforma a los clásicos contemporáneos de la teoría de los partidos políticos), quien, a pesar de no dar un tratamiento expreso al sistema de partidos, plantea dos factores básicos que ubican a los partidos con la ciudadanía: uno ha sido el referido a la geometría política de izquierda/derecha; y el otro, la clasificación de partidos según sean pro-sistema o antisistema, la cual ubica a los mismos según sean del gobierno o de la oposición.

A fin de precisar un sistema de partidos, conviene ubicar el número de las unidades en interacción. Ello permite establecer qué tan consolidado o fragmentado está el sistema partidista, pudiéndose clasificar como de un sólo partido (unipartidismo), dos partidos (bipartidismo), o más de dos (multipartidismo).

Sartori distingue cuatro bloques de sistemas de partidos: el unipartidista, el bipartidista; el multipartidista, y por último, el sistema de atomización..

Asimismo, dentro del sistema unipartidista, distingue tres variantes o subtipos posibles: 1) de partido único; 2) de partido hegemónico, y 3) de partido predominante; esta clasificación nos parece ilustrativa para el caso mexicano en su evolución político-partidista.

Asimismo, distingue, en el multipartidismo, dos polos: a) de pluralismo limitado, y b) de pluralismo extremo.

En efecto, el sistema de partidos debe reflejar el grado de pluralismo existente en un país, pudiendo ser de poca fragmentación (hasta 5 partidos), originando un pluralismo limitado, de tipo moderado; o bien, de mucha fragmentación, con más de 5 partidos políticos, dando un pluralismo extremo, de tipo polarizado.

2.1.2. Esbozo de Interpretación del Sistema de Partidos en México.

En el caso de México, hemos transitado de un sistema de partido hegemónico, con el Partido Revolucionario Institucional (PRI) en esta posición, desde su fundación en 1929 (como Partido Nacional Revolucionario, PNR, producto de la fusión de más de mil partidos y organizaciones políticas regionales y locales) pasando por sus sucesivas reformas de 1938, a Partido de la Revolución Mexicana, PRM, (que significó pasar de un partido de caudillos y notables a otro de sectores: popular, campesino, obrero y hasta militar con el Gral. Cárdenas y de 1946, al actual PRI), que pierde dicho carácter hegemónico hasta los años 80; transitando a un sistema de partidos cada vez más competitivo.

En efecto, el carácter de partido hegemónico primero, y después dominante, fue palideciendo a medida que entraba en crisis el modelo de desarrollo, irrumpiendo nuevas formaciones políticas, así como una sociedad civil más vigorosa que en la etapa clásica del sistema político mexicano, basado en la política de masas.

Dicho carácter, diferente al de partido único (propio de las dictaduras nazifascistas o de los regímenes socialcomunistas autoritarios) admitía desde luego la existencia de otras formaciones partidistas en la arena política: así, cabe destacar la fundación del Partido Acción Nacional en 1939, como resultado de la fusión de Acción Católica Mexicana, La

Legión y La Base, creadas durante la década anterior. Dicho partido habría de distinguirse por ser la oposición de derecha a los diferentes gobiernos “postrevolucionarios”, basado en la doctrina socialcristiana, o democracia cristiana, como se conoce en el resto de los países. Asimismo, surge en 1948 el Partido Popular Socialista (PPS), bajo el liderazgo del obrerista Lombardo Toledano, y enarbolando su lucha “contra las formas de penetración del imperialismo en la vida económica, cultural, social y política de nuestro país” (Octavio Rodríguez Araujo: 1978:143).

Otros partidos que surgieron son: El PARM, (Partido Auténtico de la Revolución Mexicana) en 1954, integrado por excombatientes de la revolución mexicana y con su antecedente en “Los Hombres de la Revolución”, desplazados del entonces PRM como sector integrante de dicho partido.. Fungió, al igual que los otros partidos mencionados, como legitimador de los regímenes de gobierno priistas, al contentarse con un papel de comparsa, logrando con ello ciertas canonjías en el reparto de curules, financiamiento, cargos públicos, etc.

Destaca también la Unión Nacional Sinarquista (con sus orígenes en el movimiento cristero de 1929), que auspició la fundación del partido Demócrata Mexicano en 1972; asimismo, el Partido Comunista Mexicano (creado en 1919), el que ha recorrido varias etapas, hasta su transformación en Socialista Unificado de México, y finalmente, quedó subsumido en el actual PRD.

En suma el sistema de partidos fue hegemónico por parte del PRI, hasta 1977, en que se da una reforma político-electoral de López Portillo (LOPPE), liberalizando el régimen político, al incluir a varios partidos antes excluidos de registro, como el PDM, PST, PRT, PMT, PPM, PSR y PCM; además de los 4 que tenían registro previo por parte de la autoridad electoral federal: PRI, PAN, PPS y PARM.

Puede afirmarse que 1977 marca el punto de inflexión del sistema partidista, de uno de tipo hegemónico, a otro multipartidista, aunque con partido dominante (el PRI). La intención de tal reforma fue el relegitimar al sistema, dando cabida a otras fuerzas políticas, y neutralizar las protestas, al canalizarlas por la vía institucional y partidista, pasando de un pluralismo limitado a otro más fragmentado.

En la práctica, los partidos de oposición fueron cooptados, reducidos o asimilados por el sistema político, por medio de los diversos recursos a disposición del partido oficial, en términos de financiamiento, uso de medios de comunicación, apoyos gubernamentales para su operación, etc., no permitiendo la competencia real por la disputa de posiciones de poder como medida precautoria y válvula de seguridad del sistema.

Para las elecciones de 1988, entró en crisis el régimen político mexicano, dudándose del triunfo electoral de este partido, que había sido hegemónico antes, dándose por consecuencia la redefinición y reorganización tanto de los partidos como del sistema de partidos.

En efecto, tras el triunfo cuestionado de Salinas de Gortari para la presidencia de la República por parte del PRI, el otrora Frente Democrático Nacional, que había enarbolado la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas, se transformó en 1989 en el Partido de la Revolución Democrática (PRD), mismo que ha tenido un crecimiento significativo en su corta existencia, hasta ser uno de los tres partidos con mayor fuerza y representación, junto con Acción Nacional y el Revolucionario Institucional.

Mediante diversas reformas electorales, que dieron su autonomía al recientemente creado Instituto Federal Electoral (IFE), se fue liberalizando el propio régimen político, originándose cambios profundos en dicho sistema (de partidos) en cada proceso político-electoral federal, tanto en 1994, 1997, y principalmente, año 2000, en que el PRI pierde las elecciones presidenciales. Con ello, transitamos, parece ser, de un sistema semicompetitivo

a otro competitivo, en que tienen predominio tres grandes formaciones políticas; el PRI, el PAN y el PRD.

(Cabe hacer notar que esta parte de nuestra investigación se concentra en estos tres partidos mayoritarios, ya que conjuntamente representan cerca del 90% del total de votantes a nivel nacional; aún cuando no desconocemos que los demás partidos con registro y representación, son el Partido del Trabajo (PT) y el Partido Verde Ecologista Mexicano (PVEM), y en esta ocasión al formarse la Alianza por el Cambio y la Alianza por México, quedan subsumidos en los partidos PAN y PRD.)

Así, las transformaciones en el sistema de partidos, con el debilitamiento y crisis del PRI y la emergencia y fortalecimiento de otros, “han obligado a las autoridades del régimen a garantizar, al menos formalmente, mayores espacios de competencia y participación por vía de múltiples reformas a las leyes electorales”. (Cansino: 1997: 47)

El 2 de julio del año 2000, marca una nueva etapa del sistema de partidos en el país, derivado de la alternancia política a nivel presidencial, en que el PAN desplaza al PRI del poder, con Vicente Fox, además del triunfo opositor en varias entidades federativas, y la pérdida (ya desde 1997) de la mayoría absoluta, por parte del PRI, en el Congreso de la Unión (si bien es la segunda fuerza), provocando estos resultados electorales un cambio y nueva composición de la geografía político-electoral nacional, con un sistema de partidos que puede caracterizarse como multipartidista, y que presenta un tripartidismo dominante a nivel federal, así como bipartidista a nivel local-estatal, expresando a su vez un mayor pluralismo en la competencia política.

2.1.3 Distribución de Recursos

2.1.3.1 Capital económico

La distribución de los recursos importa mucho para las posibilidades de crecimiento o decrecimiento del poder de los partidos. Asimismo, ésta define algunas de las asimetrías en la distribución de poder entre los partidos políticos, que es a su vez producto del número de votos alcanzado por cada una de las formaciones políticas.

Cabe señalar que el financiamiento de las campañas políticas se compone tanto de fondos públicos como privados, no teniendo estos últimos un límite estipulado por la normatividad en la materia, (es decir, por el Código Federal de Instituciones y Procesos Electorales, Cofipe), por lo que los partidos pueden recurrir aún a fuentes no muy claras para su financiamiento, tal es el caso de la organización denominada “Amigos de Fox”.

Otro asunto que distorsiona la distribución de fondos es el de las precampañas, (periodo durante el cual los partidos organizan una contienda interna para elegir a sus propios candidatos a puestos del ejecutivo o legislativo) las cuales tampoco estuvieron reguladas por la legislación de 1996, por lo que los propios partidos fijaron sus topes de financiamiento en sus respectivas precampañas.

El periodo de tales precampañas se extendió por demasiado tiempo en algunos casos, como el de Vicente Fox, quien desde al menos tres años antes de la elección la comenzó en forma (1997); y en otros casos fueron utilizados recursos del gobierno que como gobernadores pudieron disponer, como los casos de Roberto Madrado (Gobernador de Tabasco en 1999) y Cuauhtémoc Cárdenas (Gobernador del DF), en apoyo a sus precampañas, contraviniendo todo ello el espíritu de la ley electoral.

En efecto, lo antes anotado, originó distorsiones en el total de fondos para los partidos, ya que el monto de las aportaciones privadas, no se sabrá con exactitud: Fox utilizó una estructura paralela a su propio partido, llamada “Los Amigos de Fox”, contraviniendo así

el sentido de la ley, que enarbola los principios de imparcialidad y neutralidad política, a fin de evitar los compromisos y el pago de favores recibidos en campaña a los intereses privados involucrados en los apoyos a candidatos y partidos, como lo fue el caso del candidato triunfante a la presidencia de la República, Vicente Fox, y el cobro ya evidente de las facturas a los empresarios que lo apoyaron en su ruta al poder nacional.

Recursos Financieros Provenientes del IFE:

La Distribución de los Fondos públicos para el Año 2000, provenientes del Instituto Federal Electoral, fue la siguiente:

<u>Partido</u>	<u>Monto en Pesos</u>
PRI:	891,439,746
PAN:	657,664,912
<u>PRD:</u>	<u>639,913,858</u>

En relación con el financiamiento público, los partidos recibieron las cifras arriba expuestas, de las cuales una mitad es para gastos de operación y la otra, para la campaña electoral propiamente dicha.

Como puede observarse, el PRI obtuvo mayores recursos para el financiamiento de su operatividad para las elecciones del 2000, con un 30% más de fondos que los otros dos grandes partidos, (PAN y PRD), los cuales no presentaron diferencias significativas entre sí.

Fondos Electorales de las Coaliciones y Partidos:

Los montos de presupuesto asignados, variaron con la conformación de las alianzas partidistas con miras a las elecciones federales del año 2000, ya que el PRD estableció una

coalición con los siguientes partidos minoritarios: PT, PCD, PAS, y PSN, llamándose a esta coalición, la “Alianza por México”; en tanto que el PAN estableció una coalición con el PVEM, denominándose a esta última, “Alianza por el Cambio”, misma que resultó triunfadora el 2 de julio de ese mismo año.

Alianza por México	PRI	Alianza por el Cambio
PRD: \$ 320 000 000	PRI: 445,000,000	PAN: \$329,000,000
PT: \$ 103,000,000		PVEM: \$114,000,000
PCD: \$ 26,000,000		
PAS: \$ 26,000,000		
PSN: \$ 26,000,000		
Total: \$ 501,000,000	Total: \$445,000,000	Total: \$ 443,000,000

Fuente (Crespo:2000:464)

En términos de coaliciones, el PRD se vio más favorecido que el PRI y el PAN, ya que, como se aprecia, recibió un total de \$501,000,000 para realizar sus campañas, superando en más de \$50 millones a los mismos. Ello refleja la dificultad de mantener la equidad en la asignación de los fondos públicos, que distribuye en 70% los mismos a partir de la proporción de votos de cada partido; situación que llevó al PRI (quien había obtenido el 40% de los votos en 1997) a obtener 57 millones de pesos menos que el PRD, partido que había obtenido el 26% del total de votos en ese año electoral intermedio.

2.1.3.2 Capital Simbólico.

Además de los recursos materiales, principalmente los económicos para financiar la operatividad y las campañas político-electorales, los partidos cuentan con un grado dado de recursos “simbólicos”, concebidos como el capital político de los mismos en términos de ideología, legitimidad, credibilidad, confianza, identificación y aceptación de los mismos por parte de la ciudadanía. Aquí observaremos algunas de las características de la distribución de capital simbólico, en sus aspectos cualitativo y cuantitativo, a partir del uso de los medios de comunicación.

Como sabemos, la arena de las contiendas electorales en la actualidad, son los medios de comunicación. De la anterior afirmación da cuenta la investigación realizada, en 1996, por el Instituto Federal Electoral (IFE) y el Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ-UNAM), sobre los medios por los cuales la gente se entera de la política y cuyos resultados fueron los siguientes:

- 1) Por la televisión: 59%
- 2) Por la radio: 17%
- 3) Por la prensa: 10%
- 4) Por los tres: 6%
- 5) Por otros medios o no interesa: 7% (Cfr. Martínez: 2000)

Uno de los grandes problemas del uso de los medios, por los partidos políticos, en el contexto y ubicación de México en el mapa democrático, ha sido la equidad en la cobertura informativa, en sus aspectos cualitativo y cuantitativo. Así, de una situación de total asimetría, en dicha equidad, generada por las características de la historia del sistema político mexicano (que favorecieron de manera exagerada al PRI) hemos transitado a otras modalidades, que si bien no son las ideales por lo menos han equilibrado la balanza.

Veamos algunos datos: en las elecciones de 1988, la TV y la radio mexicanas otorgaron el 83% de su cobertura noticiosa al PRI; el PAN tuvo el 3.1%, y el entonces Frente Democrático Nacional (hoy PRD), logró el 1.6%. En 1994, durante las elecciones presidenciales, el desequilibrio fue menor; la Academia Mexicana de Derechos Humanos señaló, de acuerdo a un monitoreo de siete meses que: el PRI obtuvo el 35.1% del tiempo de noticieros televisados; el PRD logró el 17.1% y el PAN el 16%. Posteriormente, en 1997, en las elecciones para Jefe de Gobierno del DF, un estudio del IFE que monitoreo 16 noticiarios de TV y 20 de radio, mostró que la distribución de los tiempos mejoró: 24.3% para el PAN, 24% para el PRD y el 23% para el PRI. (Cfr. Martínez: 2000)

En lo que compete a las elecciones presidenciales de 2000, se entregaron más de mil millones de pesos a los partidos y alianzas, para la compra de espacios en radio y TV; además el IFE compró directamente espacios en los medios electrónicos para 200 millones de pesos, para distribuirlos de la siguiente manera: Alianza por el Cambio (AC): 19% en radio y 22% en TV; PRI: 20% en radio y 26% en TV; Alianza por México (AM): 18% en radio y 21% en TV. (Idem.)

En la elección presidencial de 2000, grandes fueron los esfuerzos, por parte del IFE, a fin de ejercer una vigilancia en la equidad informativa: monitoreo 124 radiodifusoras y 84 estaciones de TV del país. La tendencia durante el periodo que va del 19 de enero al 8 de abril, señaló lo siguiente: PRI, 38.2%; Alianza por el Cambio, 26.6%; Alianza por México, 21.9%; PARM, 5.1%; PCD, 4.5%; PDS, 3.6%. Por su parte, también algunas instituciones educativas efectuaron estudios para observar los aspectos cualitativos, tal es el caso del Instituto Tecnológico de Monterrey (ITESM), campus Monterrey, quienes monitorearon tres noticiarios televisivos (Televisa, TV Azteca y Canal 40) y tres diarios (La Jornada, Excélsior y Reforma); del 1 de marzo al 18 de abril.

Los investigadores del ITESM hallaron lo siguiente:

1) El espacio mediático se repartió así: en prensa, el PRI, 23 mil centímetros cuadrados; 15 mil centímetros para el PAN y 14 mil para el PRD. Respecto a la TV: cinco mil segundos para Labastida; cuatro mil 600 para Fox, y para Cárdenas dos mil 700 segundos.

2) Los medios que difundieron mayor información a favor de Labastida fueron Excélsior (31%) y Hechos (33%).

3) Los medios con una cobertura más balanceada fueron: La Jornada, Reforma y el noticiario de Televisa.

4) Canal 40, se concentró en Labastida y Fox y dejó muy atrás al resto.

5) En el 63% de las notas sobre el tema, de los medios analizados, no hay ninguna mención a la plataforma electoral de los candidatos.

6) El 75% del total de las notas, en los seis medios, se centraron en la espectacularización de la información (escándalos, controversias, acusaciones y descalificaciones).

7) Los medios que más recurrieron a la espectacularización fueron Hechos de TV Azteca y el noticiario de Canal 40 (90%, para ambos); y el medio que manejó en menor proporción este tratamiento noticioso, fue el diario Reforma con un 17%.

Asimismo, la Academia Mexicana de Derechos Humanos (AMDH), realizó una investigación sobre la publicidad política que los partidos políticos transmitieron, en nueve canales de televisión entre los de Televisa, TV Azteca, el Instituto Politécnico Nacional, CNI y Multivisión, entre el 8 de mayo y el 30 de junio de 2000.

Los datos que arroja dicha investigación, los transcribimos aquí, con el propósito de observar el esfuerzo que realizaron los partidos políticos, a fin de crear un capital simbólico con el objeto de que éste se transformara en votos.

Cuadro 1

Frecuencia de spots de Partidos Políticos transmitidos en 5 televisoras de la ciudad de México del 8 de mayo al 30 de junio de 2000

Partidos	Televisoras					Total	Porcentaje
	Televisa	Azteca	IPN	CNI	MVS		
PRI	348	116	32	46	54	596	50.29 %
Alianza por el Cambio	143	112	22	34	21	332	27.9 %
Alianza por México	140	17	46	5	1	209	17.6 %
DS	11	2	0	0	9	22	1.76 %
PCD	5	8	1	0	0	14	1.17 %
PARM	4	4	2	0	0	10	0.78 %
Total	651	259	103	85	85	1,183	100
Porcentaje	55	21.8	8.7	7.1	7.1	100	

Fuente: Academia Mexicana de Derechos Humanos

Cuadro 2

Tiempo total de los spots de Partidos Políticos transmitidos en cinco televisoras de la Ciudad de México, del 8 de mayo al 30 de junio de 2000

Partidos \ Televisoras	Televisa	Azteca	IPN	CNI	MVS	Total	Porcentaje
PRI	02:48:20	01:07:28	00:16:50	00:22:20	00:25:10	05:00:08	52.8 %
Alianza por el Cambio	01:01:10	00:43:56	00:12:50	00:12:20	00:11:20	02:21:26	24.8 %
Alianza por México	01:02:40	00:09:26	00:24:10	00:12:34	00:00:30	01:49:20	19.27 %
DS	00:03:40	00:00:40	00:00:00	00:00:00	00:03:00	00:07:20	1.20 %
PCD	00:01:40	00:02:40	00:00:30	00:00:00	00:00:00	00:04:50	0.8 %
PARM	00:02:40	00:02:20	00:00:40	00:00:00	00:00:00	00:05:40	1 %
Total	05:00:10	02:06:30	00:54:50	00:47:14	00:40:00	09:28:44	100

Fuente: Academia Mexicana de Derechos Humanos

Cuadro 3

Costo de los spots de partidos políticos, transmitidos en cinco televisoras de la Ciudad de México, del 8 de mayo al 30 de junio de 2000

Partidos \ Televisoras	Televisa	Azteca	IPN	CNI	MVS	Total	Porcentaje
PRI	41,622,830.00	18,550,996.00	239,460.00	1,713,072.50	732,500.00	62,858,858.5	52.6 %
Alianza por el Cambio	17,056,290.00	13,234,578.00	208,264.50	905,123.00	332,500.00	31,736,755.50	26.5 %
Alianza por México	17,002,180.00	3,190,000.00	355,193.00	393,009.00	11,250.00	20,951,632.00	17.6 %
DS	1,509,200.00	240,000.00	0.00	0.00	95,000.00	1,844,200.00	1 %
PCD	280,880.00	960,000.00	7,733.00	0.00	0.00	1,248,613.00	0.7 %
PARM	274,400.00	630,000.00	10,310.00	0.00	0.00	914,710.00	0.5 %
Total	77,745,780.00	36,805,574.00	820,960.50	3,011,204.50	1,171,250.00	119,554,769.00	10

Fuente: Academia Mexicana de Derechos Humanos

La conclusión, de los investigadores de la AMDH, fue que a pesar de la inversión (en tiempo, frecuencia y costo) de cada partido, en lo que compete a publicidad política, no fue este factor, ni el único ni el determinante en la contienda electoral. Así, se observa que el PRI pese haber hecho un gasto casi del doble, respecto a la Alianza por el Cambio, perdió la elección. Queda claro que el hecho de invertir más en publicidad política no se traduce en triunfo electoral. (Acosta Valverde: 2000)

Respecto al contenido de la propaganda, en general, podemos observar que:

A) PAN

El discurso que ha manejado este partido es el democrático de corte cristiano, dirigido principalmente a las zonas urbanas, jóvenes, y de estratos económicos medios y altos. El discurso trata de ser claro, realista y directo. Su ideología es conservadora, de derecha, y promueve los valores del individualismo posesivo, el éxito individual y en general, los del gerencialismo que entroniza al mercado por sobre el Estado, siempre a favor de la clase empresarial.

En el ámbito de la globalización, queda en una alineación natural, lo que coadyuvó a su auge y triunfo electoral por sobre el “nacionalismo revolucionario” del PRI, o del “radicalismo revolucionario” del PRD.

El PAN logró identificar así la esperanza de un gran “cambio” mediante su alianza con el Partido Verde Ecologista Mexicano, llamada Alianza por el Cambio, en la que los electores cifraron sus anhelos de derrumbar al viejo régimen político mexicano, al ubicarlo como una organización prodemocrática y contraria al autoritarismo. Así, aunque para algunos investigadores, fue la estrategia mediática la que llevó al triunfo a Fox, podemos pensar que dicha afirmación resulta simplista, ya que creemos que las causas del resultado de la elección serán siempre multifactoriales.

B) PRI.

Este partido perdió sus recursos simbólicos frente a la ciudadanía, ya que su ideología de “nacionalismo revolucionario” entró en crisis, por el auge de la globalización y de la era posnacionalista y de transiciones democráticas, habiendo sido el partido más longevo en el poder (más de 70 años), y no logrando convencer al electorado de otro discurso legitimador, como lo fue el intento ahora fallido de Salinas, de darle el ropaje del “liberalismo social”.

Así, el partido se identificó con los peores lastres del sistema político: corrupción, ineficiencia, autoritarismo, nepotismo, crisis económicas recurrentes, y en fin, de todo el cuadro simbólico de lo que el país debía dejar de hacer y ser. Sus días estaban contados para perder el poder, por lo menos el presidencial. Aspectos capitalizados por el PAN a lo largo de toda la campaña foxista.

C) PRD.

Este partido también fue a la baja en sus recursos simbólicos frente al electorado nacional: falta de un discurso político-ideológico claro y distinto frente a las otras ofertas políticas mayoritarias; predominio del aparato sobre los intereses de sus posibles clientelas; excesivas pugnas intrapartidistas entre las facciones, que lo dividen y vulneran frente al exterior; y la desgastada figura de su líder, Cuauhtémoc Cárdenas, quien ya no fue identificado como el factor y clave del cambio necesario en México; factores que desde luego, hicieron palidecer sus posibilidades de triunfo electoral frente a la opción del cambio promovida por Fox. Algunos afirman que el poco y limitado manejo mediático del PRD, fue otro factor que le restó presencia y votos.

2.1.3.3 Capital político o distribución de poder.

La fuerza de un partido, deriva según Duverger, del número de votos o de cargos representativos obtenidos, tanto para integrar el parlamento, poder legislativo, como el ejecutivo.

En la distribución de las fuerzas, este autor identifica el número de unidades genuinamente competitivas, planteando cuatro tipos básicos:

- a) Partidos con propensión mayoritaria: mayoría absoluta en el parlamento.
- b) Grandes partidos: pueden gobernar con apoyos externos
- c) Partidos medios: participación subordinada de coaliciones.
- d) Partidos menores: no desempeñan un papel importante, ni en el gobierno, ni en la oposición.
- e) Otro: partido dominante: muy fuerte, no nace frente a una oposición significativa.

(Duverger: 1980)

La fuerza de un partido, no obstante, no se agota pura y simplemente en el aspecto cuantitativo. Otros aspectos se relacionan con el papel real o potencial de los partidos en el gobierno y en la oposición. Y aunque este papel está determinado sustancialmente por la magnitud de su representación y del apoyo electoral, también puede ser afectado por otros factores, tanto cuantitativos como cualitativos.

Dentro de los factores cuantitativos, pueden citarse el tamaño de los competidores del partido; la distribución de la fuerza numérica entre los partidos más grandes, tanto en su representación parlamentaria como en la distribución de cargos dentro del ejecutivo; su número de adherentes, simpatizantes y votantes, así como de cuadros propios en su estructura burocrática, y su distribución en la geografía electoral nacional, estatal y municipal. En algunos casos, esta distribución podría permitir que pequeños partidos

independientes pudieran habitualmente, y no en situaciones excepcionales solamente, hacer oír su voz en la formación de los gobiernos y en el proceso de elaboración de decisiones.

Dentro de los cualitativos, destaca la cohesión interna, la aceptación de su ideología, la credibilidad en sus dirigentes, la congruencia y eficacia reconocidas por la sociedad, entre otros.

La capacidad electoral individual de los partidos depende de la existencia de competidores (ideológicamente similares) y oponentes (que son ideológicamente distantes) que puedan clamar representatividad dentro y fuera; 2) la propia capacidad de atracción frente al electorado, y 3) el número actual de partidos actuantes dentro del sistema. (Panbianco)

A continuación ubicaremos los cambios en la distribución del poder entre los tres principales partidos en México, importándonos el cómo estaban antes del proceso electoral del año 2000, (es decir, entre 1997-2000) y su situación después de dichos procesos electorales.

Distribución del Poder previa al Año 2000:

A) Cargos en el Poder Ejecutivo:

1.- Presidencia de la República: PRI

2.- Gubernaturas de los Estados:

PRI: 22

PAN 6

PRD: 4

3.- Presidencias Municipales:

PRI: 1,836

PAN: 284

PRD: 263

B) Curules en el Poder Legislativo: (1997)

Número de Diputados:

PRI: 239 (47.8%)

PAN: 121 (24%)

PRD: 125 (25%)

Número de Senadores:

PRI: 76 (60%)

PAN: 32 (25%)

PRD: 16 (13%)

Elecciones Federales de Diputados, 1994-1997

Elecciones Federales 1994 Elecciones Intermedias 1997

(Votos Por Partido y Porcentaje)

PRI:	16,851,082 (50.2%)	11,427,548 (39.1%)
PAN:	8,664,384 (25.8%)	7,775,618 (26.6%)
PRD:	5,590,391 (16.7%)	7,516,456 (25.7%)

Elecciones Presidenciales: 1988 y 1994

(Votos Por Partido y Porcentaje)

Partido	1988	1994
PRI	9,687,926 (50.7%)	17,341,921 (48.7%)
PAN	3,208,584 (16.7%)	9,224,519 (25.9%)
PRD	5,943,779 (30.5%)	5,903,987 (16.6%)

Fuente: (Cansino:1997: 65)

Distribución del Poder Posterior a Elecciones 2000.

Ahora bien, tras las elecciones federales del año 2000, se modificó sustancialmente la distribución del poder interpartidista, para quedar la distribución de cargos tanto en el ejecutivo como en el legislativo, como sigue:

A) Cargos en el Poder Ejecutivo:

1.- Presidencia de la República: PAN

2.- Gubernaturas de los Estados:

PRI: 22

PAN: 6

PRD: 4

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

3.- Presidencias Municipales:

Partido:	No. de Municipios Gobernados	Población Gobernada:
PRI:	1393	42,832.429 (millones de hab.)
PAN:	280	26,105.706
PRD:	273	10,743.164

B) Curules en el Poder Legislativo:

- Número de Diputados

PRI: 210 (42%)

PAN: 223 (45%)

PRD: 67 (13%)

- Número de Senadores:

PRI: 60 (47%)

PAN: 46 (36%)

PRD: 17 (13%)

Elecciones Federales de Diputados, Año 2000

Partido:	Número de Votos	Porcentaje
PRI	13,734,140	36.91%
PAN	14,227,340	38.23%
PRD	6,954,016	18.69%

Fuente: IFE, Reforma, 10/07/2000

Elección de Presidente de la República, Año 2000

Partido	Votación Absoluta (millones)	Votación Relativa
PRI	13,576,740	36.10%
PAN	15,988,740	42.52%
PRD	6,259,048	16.64%

Fuente: IFE, Reforma, 10/07/2000

Como puede apreciarse, se ha registrado un cambio muy significativo en la distribución del poder en México a raíz del proceso electoral del año 2000, en que transitamos de un sistema de partidos de un carácter semicompetitivo a otro competitivo, con la característica de la alternancia en el poder al más alto nivel: la presidencia de la República.

En efecto, la Alianza por el Cambio, encabezada por Vicente Fox y el PAN, ganó los comicios con el 42% del total de votos, desplazando del poder al PRI, partido cuyo candidato, Francisco Labastida, obtuvo solamente el 36% de la votación, perdiendo por primera vez dicha posición en 71 años de gobierno ininterrumpido del PNR-PRM-PRI, lo que significa para la casi totalidad de tratadistas, la culminación del proceso de transición democrática en México. Significa además, un esquema de desalineaciones/realineaciones en los partidos políticos, ya que este vuelco histórico se debe a un viraje en las preferencias electorales, inclinadas al cambio prometido en la campaña política foxista.

2.1.3.4 Distribución de Oportunidades.

Con base en lo anteriormente expuesto, puede considerarse una determinada distribución de oportunidades por cada uno de los partidos analizados, dependiendo de sus recursos y posiciones de poder alcanzados a la fecha.

Así, el cambio ocurrido en el sistema de partidos, así como en las preferencias electorales reflejadas el 2 de julio de 2000, han planteado a los tres principales partidos, oportunidades en cuanto a su posicionamiento y estrategias electorales a futuro.

Veamos de forma específica dichas oportunidades:

A) Partido Acción Nacional.

Para este partido, que resultó vencedor en la contienda presidencial, y que logró “expulsar al PRI de Los Pinos,” según el slogan foxista, las oportunidades de mantenimiento en el poder son muy elevadas, dependiendo de cómo utilice el capital político adquirido, y no se desgaste demasiado en este sexenio, sobre todo por la política económica que implemente en dicho periodo.

No obstante, tendrá que aprender a comportarse ya no como oposición (a veces muy leal al sistema político otrora de partido dominante, priísta), sino como partido en el gobierno, situación que se dificulta por la razón de que existe una brecha que separa al ahora presidente Fox con el partido que le prestó sus siglas para conquistar el poder político: el PAN.

En efecto, Fox no forma parte del panismo tradicional, sus doctrinas e ideología, (más bien finca su fortaleza en la heterogeneidad del voto incluso útil que lo llevó a la presidencia) y su militancia data de fines de los años 80, en que fue invitado a dicha formación por el entonces líder y candidato presidencial, Clouthier. Es decir, pertenece más a los pragmáticos empresarios del norte del país, que a los doctrinarios puros del partido, situación que ha aflorado ya en varias iniciativas presidenciales enviadas al Legislativo (el PAN se mostró reticente a aprobar la iniciativa de los Acuerdos de la Cocopa, para legislar sobre los derechos y cultura indígenas; y el discurso de su líder, Calderón Hinojosa, marcó claramente la separación de su partido con el presidente; así como del líder del EZLN, el Subcomandante Marcos)

En relación con su fuerza congresional, el PAN detenta la segunda minoría, después del PRI, lo cual lo coloca en una situación muy ventajosa para impulsar sus iniciativas de ley, así como para establecer alianzas con el PRI o con el PRD, (según convenga a sus

intereses) para sacar adelante ciertas políticas públicas; su número de senadores (46) y diputados (223) así lo atestiguan (en el caso de Senadores, es la segunda fuerza; en el de diputados, la primera de ellas). Ejemplo de ello, la aprobación, conjuntamente con el PRI, de la reforma constitucional conocida como la Ley Cocopa, misma que fue reformada, desvirtuada y en demérito de las organizaciones y comunidades indígenas existentes a nivel nacional.

En cualquier caso, el PAN, partido que representa a la derecha nacional, como partido democristiano, tiene oportunidades claras de seguir creciendo electoral y políticamente, si se considera la oleada que a nivel mundial presenta ahora dicha ideología y sus partidos correspondientes, como lo demuestra el triunfo de Bush, del Partido Republicano en los Estados Unidos, de corte conservador y neoliberal; así como el de Silvio Berlusconi, que enarbola a los intereses de la derecha italiana.

Sin embargo, deberá resolver con claridad su relación con el gobierno actual, surgido formalmente de sus filas, aunque en la práctica, lo haya traicionado en más de un asunto, como la integración del gabinete presidencial. De ello, y de la eficacia del actual gobierno, dependerán sus oportunidades de consolidación en la geografía electoral, ya que su fuerza ha crecido al grado de gobernar ahora en 6 Estados y en 280 municipios, que representan el 26% del total de la población nacional; es decir, más de la cuarta parte de la misma.

B) Partido de la Revolución Democrática.

Para el PRD, se presentan varios claroscuros en relación con sus oportunidades de consolidación como oferta político-electoral a nivel nacional. En principio, quedó como tercera fuerza en las más recientes elecciones del 2000, lo cual denota, más allá de una posible deficiente estrategia electoral para llevar al triunfo a su por tercera vez candidato,

Cuauhtémoc Cárdenas, una crisis más amplia de la izquierda en su conjunto, si consideramos que el PRD es la amalgama de las diversas izquierdas históricas de México (excomunistas, socialistas, etc.) así como de expriistas progresistas, ortodoxos y nacionalistas.

En efecto, se considera que el momento fundacional de este partido, 1989, producto de una escisión del PRI en 86, que constituyó primero la Corriente Democrática y posteriormente el Frente Democrático Nacional, con el cual Cárdenas presuntamente ganó las elecciones presidenciales de 1988 a Carlos Salinas, (candidato del otrora partido hegemónico, PRI) fue el momento político más alto, electoralmente hablando, de ese partido. Prueba de ello fue la quema apresurada de boletas de esa elección, impulsada por el líder panista, Fernández de Cevallos; quedando la duda histórica del auténtico triunfo electoral salinista sobre el cardenismo. De allí en adelante, ha recorrido el partido una larga marcha, de ostracismo en el régimen salinista (periodo en que pierde aproximadamente a 500 de sus militantes, asesinados o desaparecidos) y de retorno a ciertos triunfos electorales en el sexenio de Zedillo, en el que llega a conquistar la capital de la República en 1997, durante las primeras elecciones democráticas en el D.F; así como otras tres gubernaturas; Tlaxcala, Zacatecas, y Baja California Sur. Cabe destacar que dichos triunfos electorales se derivaron de postular a candidatos ex-priistas, en todos los casos, por lo que se ha dado el debate interno entre las facciones, que van desde la izquierda revolucionaria hasta la reformista.

El gran reto que enfrenta el PRD es entonces, desarrollar y enarbolar un nuevo paradigma de izquierda, construir una nueva utopía y proyecto de país, con igualdad y justicia social, ya que fue impactado a su vez por el derrumbe del socialismo realmente existente en 1989, con la caída del Muro de Berlín, y con éste, de paradigmas, esquemas y dogmas de los ahora países poscomunistas y exsocialistas.

Las más recientes elecciones, de julio de 2000, mostraron una izquierda fragmentada, atomizada y en crisis, tanto ideológica como programática: por un lado, Cárdenas por el PRD; por otro, Rincón Gallardo, candidato de su recién creado Partido de Democracia Social; y por otro, Muñoz Ledo, bajo las siglas del PARM, enarbolando a su escindida fracción del PRD, Nueva República. Es decir, dos escisiones del PRD, más la candidatura de éste, dieron tres candidatos presidenciales provenientes de la izquierda.

Ahora, los dos últimos naufragaron, en tanto el PRD ha celebrado su 6° Congreso (Abril,2000), en el que ha reformulado sus documentos básicos: Estatutos, Declaración de Principios y Programa. Sus oportunidades consisten en saber descifrar el signo de los tiempos, logrando persuadir al electorado de las bondades de su oferta político-electoral y del rumbo del país a seguir.

El dilema que enfrenta es, de forma similar al PAN, en que no tan sólo es un partido de oposición, sino de gobierno, debiendo comportarse como tal, con eficacia y honestidad, a fin de acrecentar su legitimidad y credibilidad hacia las siguientes elecciones, tanto intermedias del año 2003, como federales del 2006, en que tendrá que revisar su actuación, así como realizar una selección cuidadosas de sus candidatos, ya que las cifras denotan una baja en su participación en el poder Legislativo, quedándole como bastión el Gobierno del D.F., verdadero polvorín que lo puede desgastar en el ejercicio de gobierno, (como ya sucedió con el caso del mismo Cárdenas).

Sus oportunidades se acrecentarán asimismo, conforme baje el índice de aceptación y popularidad que aún conserva Fox en la presidencia, y en la medida en que convenza al electorado de su programa alternativo de gobierno; en este sentido, las críticas a algunas de las principales iniciativas de Fox enviadas al Congreso, como la reforma hacendaria, pueden

obrar en su favor. El reto es avanzar en un nuevo y claro programa alternativo, de política económica, social, y de gobernabilidad.

Para el largo plazo, deberá visualizar un nuevo paradigma de izquierda, que logre derrotar al neoliberalismo de derecha ahora campeante a escala mundial. Con ello, podrá superar su fuerza electoral, que no ha rebasado los 16 millones de votos en las contiendas presidenciales.

C) Partido Revolucionario Institucional.

Este partido, ha pasado, en la historia de nuestro sistema de partidos, de un partido hegemónico, desde su creación en 1929, pasando por otro dominante mayoritario, a uno, semicompetitivo y competitivo, en las más recientes elecciones federales del 2000, en que perdió la presidencia de la República.

No obstante este revés, frente a la nueva composición del sistema de partidos, de tipo multipartidista, con tripartidismo dominante a nivel federal, y con formato bipartidista a nivel estatal, el PRI sigue siendo la primera fuerza político-partidista del país, al contar todavía con el mayor número de gobernadores (22), senadores (60) y presidentes municipales (1393); asimismo, es la segunda fuerza política en la Cámara de Diputados (210) y mantiene el control en la mayoría de los Congresos Locales. El PRI gobierna a más del 40% de la población mexicana.

Lo anterior, muestra que la fuerza del partido se mantiene, aún cuando simbólicamente, se ha dado un paso muy significativo en el proceso de transición democrática en el país, al darse la alternancia en la presidencia de la República, situación inédita en el sistema político mexicano.

Los escenarios que se abren para el PRI, tras la derrota histórica del 2 de julio, son los siguientes:

- A) Refundación
- B) Renovación
- C) Reconstrucción
- D) Conservación.

(Jiménez Cabrera, Edgar: 2000)

Así, la refundación implicaría cambios en la ideología partidista, así como en su simbología, lo que podría generar crisis de identidad del partido; asimismo, termina con la renovación total de los líderes. Esta opción, siendo bien vista por amplios sectores externos, parece no muy viable, dada la correlación de fuerzas existentes en el PRI, que se debate entre las facciones y grupos de poder, entre ellos, el del propio candidato presidencial derrotado por Fox, Francisco Labastida; enfrentado al grupo de Madrazo, por la disputa del control partidista.

Como otra oportunidad, destaca la Reforma o la Renovación de ese partido, en la cual se debe plantear la adecuación del mismo a la nueva situación de alternancia y pérdida del poder presidencial; teniendo como eje la democratización interna del mismo. El problema es de credibilidad y legitimidad, ya que los sectores reformistas resultan ser los viejos líderes ya conocidos, por lo que se requiere la renovación incluso de sus dirigencias, de sus cuadros y líderes jóvenes que recuperen la confianza de la ciudadanía y por ende, de las preferencias electorales.

Hay que señalar que la actual fuerza del partido, que aparentemente es mucha, se debe en parte al viejo modelo presidencialista, corporativista y clientelar sobre el que construyó su

poder el partido, situación que podrá modificarse en forma radical, al habersele cortado la cabeza que posibilitaba tal poder.

La reconstrucción del partido será otra de las oportunidades, sobre la base de basar su apoyo en la base militante en la toma de decisiones, así como su ciudadanización, reestructurando las figuras actuales de la organización intrapartido, que responda a los nuevos retos del nuevo escenario político nacional.

Si no hace un esfuerzo gigantesco hacia cualquiera de las posibilidades arriba insinuadas, el PRI caminará hacia su desaparición, o su fragmentación en varios partidos regionales y su resurgimiento en nuevas modalidades a nivel nacional.

A continuación, veremos las características de las campañas electorales en nuestro país como uno de los factores que suma o resta recursos o capital, sobre todo simbólico, en la interacción de los partidos durante las contiendas electorales.

2.2 CAMPAÑAS ELECTORALES EN MÉXICO: DE LA INTUICIÓN A LA INVESTIGACIÓN

Parece existir un acuerdo, entre los analistas políticos, de condenar sistemáticamente el uso de la mercadotecnia política, la mercadotecnia electoral y la publicidad política.

En ese tenor, Lipovetsky señala que “la política abandona las alturas”. Dicho autor lamenta que enfrentemos hoy no solo el marketing comercial, sino el político también: quedó atrás la política de la redundancia de la propaganda, el encantamiento profético, y el intento de convertir ideológicamente al ciudadano. Así, también escuchamos críticas a la dinámica actual: se habla alternativamente de la seducción del contacto, de la simplicidad y la sinceridad; del embaucamiento de los shows personalizados y la vedetización de los líderes. La exhibición de la vida privada; la intervención de los políticos en los programas de

variedades; la euforia y el confeti; los mítines políticos son una fiesta. (Lipovetsky: 1996: 225)

En general, la acusación a la mercadotecnia política va en el sentido de que la política, como seducción y espectáculo, enmascara los problemas de fondo; sustituye los programas del partido, sus propuestas y ofertas por el encanto de la personalidad acuñada por un “ingeniero de imagen”.

Para sus críticos, la mercadotecnia política representa un grave peligro para consolidar la democracia debido a sus efectos manipuladores de las masas y la transgresión de las normas ético-políticas de la sociedad.

No intento aquí hacer un recuento de las objeciones al uso de la mercadotecnia política, sino sólo mostrar cómo la mayoría de las críticas surgen de la resistencia al cambio; las posiciones “neoapocalípticas” y las “neointegradas” (en clara alusión a Umberto Eco) se desatan siempre frente a prácticas que rompen con la tradición.

Creo que antes de elevar posibles razonamientos y argumentos para condenar y criticar, muchos analistas deberían estudiar un poco de qué trata la mercadotecnia política y la electoral; porque es claro que las confunden con la publicidad política.

Ante el vacío de conocimientos, la tendencia de la sociedad se ha orientado a una deformación interpretativa sobre esta disciplina. (Valdéz Zepeda: 1999)

2.2.1 Marketing Político y Electoral y Publicidad Política

La llamada americanización de las campañas electorales en México, es resultado, de al menos tres fenómenos relacionados entre sí: la globalización, el desarrollo tecnológico y los intentos de democratizar al país. Lo que provoca un contexto de alta competitividad en las contiendas políticas.

Por ello, más que satanizar el marketing hay que comprenderlo y aplicarlo, si se quiere ser un partido o candidato eficaz y eficiente.

Según Teodoro Luque, al marketing se le puede comprender desde una doble perspectiva: “por un lado, como un sistema de acción, un conjunto de técnicas para la acción cuyo uso es aceptado generalmente por los agentes que participan en un intercambio pero cuyo abuso provoca alienación y rechazo. (...) Por otro lado, es un sistema de pensamiento que supone una situación competitiva donde se puede elegir entre alternativas y hay una orientación encaminada a favorecer los intereses de los agentes de intercambio”. (Luque: 1996: 15)

El uso de la mercadotecnia, en general, puede tener consecuencias indeseables por la presión a que se somete al público, ya sea por la saturación de mensajes o por la percepción de un evidente deseo de manipulación. Sin embargo, la mercadotecnia estratégicamente aplicada, puede redundar en un beneficio, si se persigue satisfacer objetivos de los individuos y de los ciudadanos.

Veamos qué es el marketing político y el electoral: “el marketing político, en general debe entenderse como el conjunto de técnicas empleadas para influir en las actitudes y en las conductas ciudadanas en favor de ideas, programas y actuaciones de organismos o personas determinadas que detentan el poder, intentan mantenerlo y consolidarlo, o aspiran a conseguirlo. El marketing electoral se refiere con exclusividad al planteamiento, realización y difusión de unos determinados mensajes, con ocasión de la puesta en marcha de procesos electorales, para designar el gobierno de una determinada comunidad política; se trata por tanto de una variante del marketing político”. (Herrerros: 1989: 197-198)

Por otra parte, los paradigmas de la mercadotecnia, plantean que la publicidad (también llamada promoción) es sólo un aspecto de todo el proceso. Por ejemplo, el modelo de las cuatro “P”, o mezcla de la mercadotecnia:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

“Estos elementos integran un nuevo concepto definido como producto total, ya que el consumidor decide su adquisición no sólo por el bien o servicio específico, sino por la integridad de cuatro elementos” (Arbesú: 1998: 16)

Otro paradigma, es el conocido como de las cuatro “C”:

- Cliente
- Costo
- Comunicación
- Conveniencia

“De acuerdo con esta perspectiva, el cliente comienza a ser el centro del proceso de comercialización, desplazando de esta forma al producto. En otras palabras, no importa tanto qué producto se tenga, sino cuál se diseña para determinado tipo de consumidores” (Kuschick: 1997: 222)

Bajo ambos paradigmas, la publicidad corresponde solo a un aspecto del proceso global y se denomina por un lado “promoción” y por otro “comunicación”.

La promoción es, para Ignacio Arbesú, el conjunto de acciones que posibilitan que la propuesta política sea presentada y conocida por el entorno. Así, en las críticas al marketing se hace evidente que no se tiene clara la diferencia entre el marketing político, el electoral y la publicidad política; y, por otra parte, se desconoce también el potencial de la mercadotecnia como recurso de planeación y organización estratégica dentro de las campañas políticas.

2.2.2 Marketing Electoral

El marketing electoral es entendido en diferentes formas, según el autor y el paradigma que éste asume.

En el caso de Francisco Barranco,, el marketing electoral “es el conjunto de técnicas que permiten captar las necesidades que un mercado electoral tiene, estableciendo, con base en esas necesidades, un programa ideológico que los soluciones y ofreciéndole un candidato que personalice dicho programa y al que se apoya e impulsa a través de la publicidad política”. (Barranco: 1997: 15)

Para Murilo Kuschick (1994), el marketing electoral consiste en un grupo de técnicas destinadas a apoyar la comunicación y el contacto entre el elector, sus preferencias, gustos, actitudes e inclinaciones y el candidato.

Mohammad Nagui (1984:141) asegura que la mercadotecnia electoral ofrece la teoría y el marco conceptual para la planeación y dirección de campañas políticas. Permite al conductor de la campaña analizar la posición del candidato para, con base en ello, diseñar estrategias para analizar y persuadir a la población.

Kuschick, nos advierte lo que significa la estrategia específica de marketing electoral: “ la puesta en marcha de dicho proceso radica en su ingrediente fundamental: la investigación a partir de encuestas de imagen, credibilidad, confianza y de los problemas fundamentales de la población y los que enfrenta la administración, así como el tipo de medios disponible, los pasos necesarios para transformar el rechazo, de haberlo, en consenso”. (Kuschick: 1997: 223)

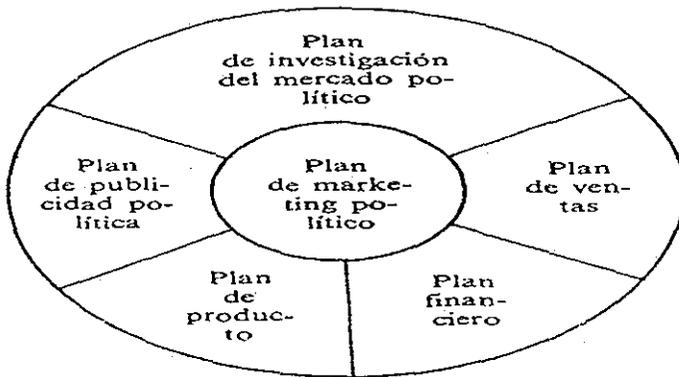
En México, como hemos mencionado, las campañas políticas se han incorporado rápidamente a esta lógica. En palabras de José Antonio Sosa Plata, la inclusión de este procedimiento, (el marketing electoral), en la dinámica de la política nacional se debe a

que: "se ha transitado del predominio de un sistema de partido dominante a un sistema de partidos en competencia cada vez más equitativa, con diversas opiniones y alternativas ideológicas". (Sosa Plata: 1998: 9)

El auge de la mercadotecnia electoral, que abre expectativas, en todos los candidatos y partidos, de ganar en las elecciones, es muy claro en la actual coyuntura, en donde en el breve lapso de cinco meses (de Julio a Noviembre del 2000), se han renovado además del Congreso de la Unión y la Presidencia de la República, cinco gubernaturas, la jefatura de gobierno del D.F., 772 ayuntamientos, 16 demarcaciones políticas y 498 diputaciones locales. (Valdéz Zepeda: 2000: 25)

A pesar de la inexistencia de una normatividad sobre los límites en el uso de la mercadotecnia política y de que ese uso no ha adquirido propiamente un nivel profesional, se ha incorporado plenamente a las campañas políticas.

Retomando nuestros aspectos teóricos, veremos ahora qué es el Plan de Marketing Electoral. Dicho Plan es un documento perfectamente detallado acerca de las acciones específicas que se han de llevar a cabo respecto a cada uno de los elementos que intervienen en el proceso de intercambio entre candidato/partido y elector:



ESQUEMA 1
PLAN DE MARKETING POLÍTICO
 (Barranco: 1997: 22)

El propósito de este documento es optimizar resultados y minimizar esfuerzos y describe los objetivos, es decir, cuales son las metas a cumplir.

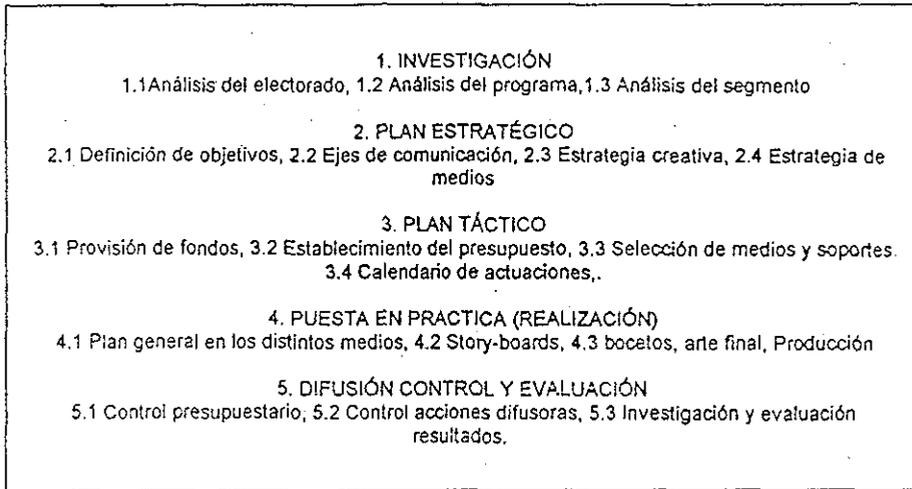
Conviene apuntar que los objetivos se basan en el profundo conocimiento de la situación del partido y del mercado político, y se formulan de acuerdo a la información siguiente:

- a) Investigación del mercado político
- b) Estrategias
- c) Recursos (Humanos y Financieros)
- d) Cuáles son los resultados que se esperan.

(Incluye medidas de control)

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

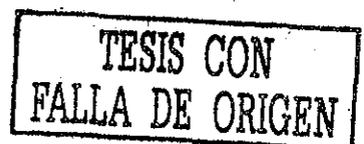
ESQUEMA 2
PLAN DE MARKETING ELECTORAL



(Herreros: 1989: 216)

Las medidas propuestas por Herreros contemplan los aspectos relevantes de la campaña:

- Elegir acertadamente argumentos que resalten las cualidades del programa que se propone, resaltando las diferencias con los oponentes.
- Localización de la población electoral donde el partido encuentra simpatizantes o simplemente posibles votos a favor.
- Resaltar la congruencia entre las propuestas y la ideología del partido.
- Incluir entre las ofertas electorales aquellas que coincidan con las expectativas de cada segmento.
- Definir objetivos electorales de acuerdo con cada segmento en el que se desea trabajar.
- Proponerse ganar los votos de los electores que se encuentran, teóricamente, adscritos a fuerzas políticas distintas.



2.2.3 Campañas Tradicionales VS. Campañas Informadas

a) Diversos autores, coinciden en que las campañas electorales en México, se habían caracterizado, hasta 1988, por ser tradicionales.

En términos generales, durante un largo periodo de la vida nacional, el PRI apoyó el triunfo de sus candidatos mediante el voto corporativo. Ello debido, según Gabriel González Molina, a que: “ El PRI tenía capacidad de abrir a sus simpatizantes el acceso a los beneficios del sistema a través de sus sectores tradicionales. (...) El PRI tenía la posibilidad de abrir el acceso de estos beneficios a su militancia y a sus simpatizantes a través de una estructura formal y vertical que funcionaba para casi la mitad de la población”. (González Molina: 2000: 78)

Así, el PRI se confiaba al voto corporativo y a la “fuerza del aparato”. Por ello, en esta lógica, era suficiente con plantear campañas de imagen, para publicitar al candidato y resaltar alguna de sus cualidades.

En España, Francisco Barranco obtuvo el perfil del candidato ideal, mediante una encuesta. Los resultados obtenidos los exponemos a continuación. En las campañas tradicionales en México, se tomaban alguna o varias de estas características, pero no formuladas mediante la investigación, sino obtenidas por intuición.

COPIA TESIS NO DATA
EN LA BIBLIOTECA

ESQUEMA 3.

Perfil del candidato político ideal

Característica	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Característica
Hombre	33,3	0,0	0,0	0,0	60,3	0,0	0,0	0,0	6,4	Mujer
Joven	19,2	10,3	19,2	16,7	23,1	9,0	1,3	0,0	1,3	Viejo
Con buena presencia física	15,8	12,1	19,8	15,7	24,1	9,0	2,3	1,2	0,0	Sin buena presencia física
Honrado	75,1	18,3	6,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	No honrado
Sincero	74,6	15,8	9,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	Hipócrita
Con simpatía	17,9	14,3	22,5	19,7	18,6	3,5	2,3	1,4	0,0	Sin simpatía
Con apellido famoso	2,5	8,6	7,9	17,1	22,3	10,1	3,7	8,6	9,2	Sin apellido famoso
Casado	44,9	0,0	0,0	0,0	44,7	0,0	0,0	0,0	6,4	Soltero
Católico	26,4	14,1	5,1	5,1	3,3	3,8	1,3	4,8	8,1	No católico
Conservador	4,3	6,3	8,1	11,5	12,8	13,1	23,1	9,0	11,8	Progresista
Con pasado democrático	38,7	11,5	14,5	7,7	12,8	4,6	5,8	3,0	4,3	Sin pasado democrático
Con carácter fuerte	53,8	23,1	12,8	3,8	3,1	1,3	0,0	0,0	0,0	Con carácter débil
Buen orador	41,8	15,3	14,9	8,6	10,5	3,4	2,5	2,6	0,4	Mal orador
Partidario de pactos	26,5	17,2	8,9	0,2	8,2	8,5	9,7	10,3	5,5	No partidario de pactos
Realista	37,0	10,9	18,2	10,8	10,5	6,6	5,4	4,8	3,8	Utópico
Dinámico	47,1	18,2	13,7	9,8	5,2	6,0	0,0	0,0	0,0	Pasivo
Pacifista	17,9	5,1	14,1	11,5	23,2	5,1	9,0	0,0	5,1	Agresivo
De derecha	3,8	4,8	5,1	6,4	14,9	24,1	16,5	9,7	10,7	De izquierda
Con formación universitaria	25,4	15,2	9,0	6,2	8,2	9,3	8,6	9,5	8,6	Sin formación universitaria
Con experiencia política	43,6	16,7	12,8	9,0	7,7	2,6	3,8	3,8	0,0	Sin experiencia política
Con experiencia empresarial	27,6	18,5	13,4	8,2	9,3	6,5	4,2	5,8	6,5	Sin experiencia empresarial
Con capacidad de decisión	54,9	20,1	12,4	8,6	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	Voluble
Con poder económico	2,9	5,6	5,1	6,4	11,5	26,2	18,3	8,6	9,4	Sin poder económico
Ligado a la Administración	12,8	8,3	3,8	4,6	14,7	5,8	7,7	10,3	30,0	Sin relación con Administración

(Barranco:1997:116)

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Las campañas electorales tradicionales, según Gabriel González, (2000: 90) poseen las siguientes prácticas:

- Polarización afectiva, con énfasis exclusivo en la imagen del candidato.
- Mensajes dirigidos a los leales, (voto duro); generalizadas (sin segmentar el mercado); unimedia y con un plan ineficiente de medios.
- No existe control (monitoreo ineficiente) y encuestas tradicionales y periódicas.
- Respecto a los debates, opuesto a participar; improvisado; sin evaluación estratégica.
- En el cierre, plan de trabajo difuso sin asumir compromisos; promoción del voto; enfatiza la organización y la estructura interna.
- Los gastos principales se dirigen a la estructura y organización; actos de campaña con cuadros de militantes.

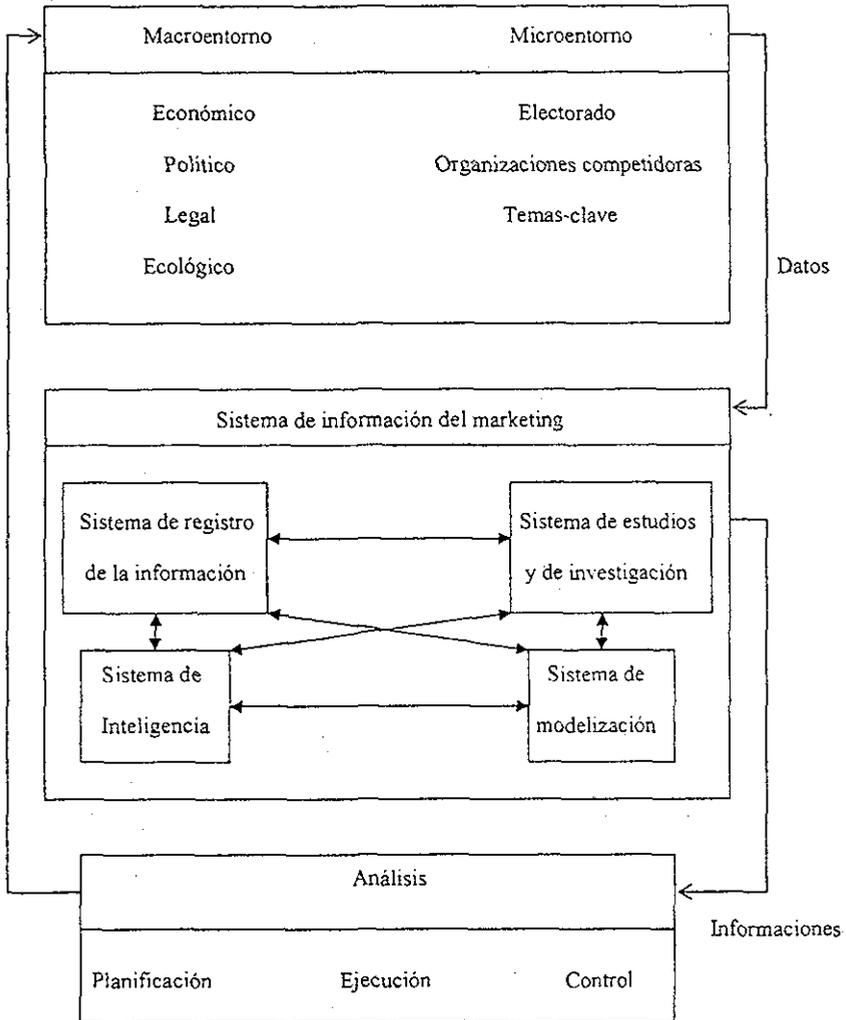
b) La gran diferencia entre las campañas tradicionales y las que podemos llamar informadas, la hace justamente la investigación de marketing; ésta se encuentra inserta en lo que Teodoro Luque denomina sistema de información de marketing, y define así: “ La investigación de marketing está comprendida dentro del sistema de información de marketing, que es una red compleja de relaciones estructurales donde intervienen personas, máquinas y procedimientos que tienen por objeto engendrar un flujo ordenado de información pertinente proveniente de fuentes internas y externas a la empresa (organización) y destinadas a servir de base a las decisiones de marketing”.

(Luque: 1996: 38).

ESQUEMA 4

LA INVESTIGACIÓN EN EL MARKETING POLÍTICO

Flujo de decisiones de marketing



El sistema de información de marketing político.

Fuente: adaptación de Kotler-Dubois (1986, 174).

(Luque: 1996: 39)

Este sistema, recoge datos del entorno y los transforma en información útil para la planificación, la ejecución y control dentro del intercambio político. Según Luque, éste análisis y control puede darse en dos niveles: micromarketing y macromarketing.

La investigación es el proceso esencial para planificar campañas estratégicas, o como las hemos llamado, “informadas”.

En su primera fase, se establecen los objetivos, pues se pueden tener diversas inquietudes respecto a problemas por resolver: estimación del voto, reparto de escaños, valoración de los líderes o de organizaciones políticas, valoración de los temas, valoración general de la situación política o económica, evaluación del grado de satisfacción del desempeño político, logros de un programa, etc.

Antes de la ejecución del trabajo de campo, Luque señala que es necesario formular una propuesta de investigación que integre los siguientes elementos:

“a) Objetivos de la investigación: problemas a estudiar, objetivos, información a suministrar, utilización del estudio.

Especificación de las técnicas de estudio: características del muestreo y del cuestionario, forma de recogida de la información, requisitos del análisis y la preparación del informe, calendario, etc.

b) Estimación del coste: qué se incluye en el presupuesto y qué no; formas de pago.

c) Otros temas de tipo contractual: exclusividad, publicación de los datos, cláusulas, penalizaciones, etc.” (Luque: 1996: 46)

Recurrir a la investigación, antes de desarrollar una campaña electoral, es imprescindible si queremos tener éxito.

Aspectos fundamentales, para elaborar una campaña, como son la diferenciación, la segmentación y el posicionamiento, no son posibles sin un adecuado proceso de investigación que nos arroje la información para construir dichos aspectos.

Bajo este modelo de polarización, González Molina (2000: 90) nos indica que las campañas competitivas (para él son aquellas a las que nos hemos referido como “informadas”) se caracterizan por las siguientes prácticas:

- Empleo de todos los tipos de polarización; énfasis en los temas y asuntos de la campaña (ofertas).
- Mensaje dirigido a los swichers y a los leales; con base en la segmentación; multimedia. Plan eficiente de medios.
- Control, monitoreo eficiente. Encuestas estratégicas y continuas.
- En los debates, dispuesto a participar; preparado; énfasis en sus fortalezas retóricas. Aprovechamiento de los logros (o de los errores, recordemos a Fox con su: Hoy! Hoy ! Hoy !)
- En el cierre, plan de trabajo claro y compromisos concretos. Promoción de voto, enfatiza el tema de la campaña y las habilidades comunicacionales del candidato. Se asume que el triunfo lo deciden los swichers.
- El gasto principal en comunicar el tema de campaña; actos de campaña para la militancia, pero más de 50% para los electores swichers y para radio y T.V.

Nos queda muy claro que el diseño de campañas electorales estratégicas, competitivas e informadas sólo será posible a través de la investigación y sus herramientas técnicas: sondeos, encuestas políticas y electorales. Además, la experiencia reciente (campañas del

2000 en México), nos indica que las personas encargadas de la investigación tendrán que ser especialistas en esta área, pero además lo suficientemente conocedoras del contexto nacional y la coyuntura específica; además de actuar con una clara posición ética.

De lo contrario, las campañas político-electorales, basadas en la tradición de la intuición y en un régimen político corporativista, hoy en retirada, estarán cada vez más condenadas al fracaso.

2.2.4 El Talón de Aquiles: Las Encuestas

Uno de los aspectos más vulnerables, en la investigación en marketing político, es la realización de encuestas de opinión e intención de voto y el uso que les dan los políticos a sus resultados.

Traugott, se pregunta si “¿ Hay tiranía de los sondeos?”, y nos ofrece tres factores para el uso y abuso de los sondeos:

“ 1) Metodología de la recogida de datos, incluyendo diseño de la muestra, elaboración de cuestionarios, ratios de respuesta, etc.

2) Análisis de los datos recogidos, técnicas que se aplican y conclusiones que se obtienen. Inferencias que se realizan.

3) La interpretación y su utilización. La interpretación de los datos puede ser utilizada por los candidatos para sus estrategias y/o por los medios como contenido de noticias y proporcionar direcciones para la cobertura de la campaña; incluso para aumentar el tamaño de su audiencia.” (Traugott, citado por Luque:1996:73)

Muchos de los problemas derivados del uso de las encuestas de opinión, se envuelven, por un lado, en las circunstancias de ambigüedad que rodean al concepto de Opinión Pública y la duda sobre el verdadero significado de sus resultados; y por otro lado, su utilización

cómo instrumentos de persuasión que pueden influir en los resultados finales; o bien funcionar como una profecía autocumplida, si se utilizan para legitimar un fraude electoral. La duda sobre el verdadero significado de las encuestas, aplicadas a la medición de intención del voto y a las expectativas de quién va a ganar una elección, es una preocupación añeja.

Durante las elecciones de 1965 en Alemania, los investigadores del Instituto Allensbach, organización dedicada a la investigación mediante encuestas, fueron los primeros sorprendidos al contrastar el resultado de las elecciones y las mediciones elaboradas por ellos.

Desde Diciembre de 1964 y hasta casi el día de las elecciones, celebradas en Septiembre de 1965, de los dos principales partidos, el Socialdemócrata tenía un 50% de la intención de voto, mientras que la Unión Cristianodemócrata tenía el 38%; sin embargo, la respuesta a la pregunta: ¿quién va a ganar las elecciones?, señalaba muy claramente que ganaría la Unión Cristianodemócrata.

Una de las investigadoras de Allensbach afirmaba: “es como si las mediciones de intención de voto del electorado y del partido que creían que iba a ganar se hubieran realizado en planetas diferentes. Y entonces, justo al final, la gente se subió al carro ganador. Los votantes se vieron arrastrados hacia el partido que, según la expectativa general, iba a ganar.” (Noelle Neumann: 1995: 20)

Tenemos aquí un ejemplo claro de cómo la opinión pública y el clima de opinión pueden cambiar un resultado electoral en lo que se llama un “vuelco en el último minuto”. Sí, ganó el Partido de la Unión Cristianodemócrata; observamos dos datos muy distintos, la opinión pública se expresó como el dato de intención de voto y el clima de opinión se observó

como el dato de la expectativa de quién ganaría; el clima de opinión pesó más que la intención de voto.

Es necesario hacer algunas precisiones para comprender los datos que arroja una encuesta de opinión pública o clima de opinión.

- 1) Primero, para confiar en la validez de una encuesta, deberíamos conocer los mecanismos (metodología) de selección de la muestra de la población encuestada; si no conocemos los criterios de porqué se seleccionó a alguien para interrogarlo, no podremos confiar en los resultados por los sesgos que estos puedan tener debido a la elección de la muestra y las formas del interrogatorio: nunca será igual preguntar a alguien cara a cara, que mediante el teléfono, ni es igual preguntar a una persona en forma aislada que en grupo, etc.
- 2) La medición del clima de opinión no equivale a medir la opinión pública. El clima de opinión es lo que “sentimos” que piensan los demás; en una elección, la opinión pública se mide en la intención de voto a favor de un partido o candidato en específico. Así, yo puedo pretender votar por el PRD, pero “sentir” que ganará el PRI. No debemos confundir los datos respecto a lo que según las encuestas, harán los votantes y lo que “sienten” o creen que será el resultado final: El clima de opinión depende de quién hable y quién permanezca en silencio.
- 3) No debemos confundir la opinión pública con las opiniones publicitadas. Por ejemplo, si en la televisión se encargan de criticar negativamente a Cárdenas poniendo en evidencia sus errores o lo que se puede mirar como error, ello no equivale a que la ciudadanía opine necesariamente que Cárdenas sea un mal gobernante. Una opinión pública es un mensaje comunicativo, o una secuencia de mensajes, equivalente a un poder psicosocial que se pone de relieve a través de sus

efectos. Si una opinión publicada es una opinión pública, lo revelan sus efectos.
(Rivadeneira: 1995)

- 4) Cualquier sistema de clima de opinión, o de opinión pública, no constituye una unidad estática, sino que vive un proceso permanente de alteración. Las innumerables posibilidades diferentes en lo relativo a las vinculaciones personales, a las prioridades de normas, valores, exigencias, opiniones o la intensidad de adhesión a estos elementos en general a uno u otro, en particular, causan, cada vez, un proceso de transformación único y llevan a resultados de alteración distintos. La inexistencia de leyes o pautas generalizables en el proceso de formación de opinión pública, permite si se desea, alterar los datos de una encuesta a favor de una postura prácticamente de un día a otro, sin provocar ninguna duda respecto de la fiabilidad del dato.
- 5) En razón del punto cuatro, tenemos que en nuestro país, las encuestas pueden posicionar a un candidato, a un partido; también pueden “montar” un issue o problema en la agenda social, sin tener necesariamente dicho tema, problema o candidato, una base de apoyo y aceptación real de la ciudadanía; es decir, sin representar una inquietud en la población y sin conocer, ni tener referencia alguna el candidato.
- 6) El contexto político social de México, permite que las encuestas puedan ser más que un instrumento científico de medición, un mecanismo de persuasión, y tal vez hasta de legitimación de un eventual fraude electoral. Las condiciones sociopolíticas, el nivel de desarrollo de la cultura política, las características del sistema massmediático, y las leyes electorales de los países democráticos, no permiten que

se den prácticas y manejos que distorsionen los datos de una encuesta, tan fácilmente como en nuestros países.

El proceso de transición a la democracia que México enfrenta, permite que las formas autoritarias y las democráticas, se confundan e interactúen, dando por resultado una estructura de ambigüedad política, en la que las formas democráticas manifiestas se siguen, pero las formas latentes de éstas coinciden con contenidos autoritarios.

Evaluación de Encuestas Preelectorales.

(México, 2000)

Por otra parte, Ana Cristina Covarrubias y Enrique Alduncin (2000), presentan sendas evaluaciones de la guerra de encuestas suscitadas con motivo de los comicios federales de Julio de 2000. Veamos qué nos dicen, sobre las elecciones presidenciales recientes.

Para Covarrubias, tanto las encuestas que le daban la ventaja a Labastida, como aquellas que la otorgaban a Fox, de alguna manera reflejaban lo mismo: que no sabían quién iba a ganar.

Según ella, la realidad que midieron las encuestas es que no había nada claro, hasta 15 días antes de la elección. Por su parte, Alduncin opina que tanto los analistas políticos como los ciudadanos creen que el gremio, de los estudios de opinión y encuestas, fallaron. A su juicio, lo que pasó es que no atinaron a leer los resultados respecto del 18% de los ciudadanos que no dieron respuesta a su intención de voto: "A éstos se les denominó indecisos, palabra que no refleja con precisión su naturaleza, más bien son votantes reservados u ocultos." (Alduncin: 2000: 43)

El problema del voto de los "indecisos" en las encuestas electorales es bien sabido, los investigadores asignan proporcionalmente dichos votos, de acuerdo con las preguntas que si

contestan. Alduncin señala a este respecto que: “esta convención es correcta para presentar los resultados crudos pero no para realizar pronósticos y análisis de escenarios”.

(Alduncin: 2000: 43)

Por ello, los analistas no hicieron su tarea y aceptaron los datos crudos; así el consenso, antes de la elección, era de un empate técnico con la ventaja para el PRI, debida más a sus recursos y estrategias de compra e inducción del voto que a otras formas puras de persuasión y logro de adeptos.

Alduncin opina que el gremio puede reivindicarse, al menos, para las 13 empresas que presentaron resultados en el último mes de la contienda electoral presidencial: no puede decirse que se vendieron o lo hicieron mal, debido a que sus resultados están dentro del margen de error esperado (entre 2.5 y 3% con un nivel de confianza de 95%).

ESQUEMA 5

Error total y promedio (tres candidatos principales)				
	Acierta	Suma	Promedio	Ventaja
ARCOP	Sí	1.6	0.4	-1.6
Alduncin/Universal/9-18 mayo	Sí	2.3	0.6	-0.1
PREP 93%	Sí	2.4	0.6	+0.3
Alduncin/Democracy Watch	Sí	3.4	0.9	-1.6
Demotec/Dallas Morning News	Sí	3.4	0.9	+3.4
Promedio 113 encuestas	Sí	6.1	1.5	-5.4
GEA ISA 22 junio	Sí	6.6	1.7	-5.6
Alduncin/Amparo Espinosa	Sí	8.6	2.2	-0.7
GEA ISA 8 junio	No	9.6	2.4	-9.6
Reforma	No	10.6	2.7	-9.6
Consultores y Marketing Político	No	10.6	2.7	-9.6
Nielsen/Milenio	No	11.6	2.9	-10.6
Reuters/Zogby	No	11.6	2.9	-9.6
Greenberg/PRI	No	12.6	3.2	-10.6
Mund/Dallas Morning News	No	17.6	4.4	-7.6

(Alduncin: 2000: 44)

Como corolario a sus estimaciones, Alduncin señala que su gremio tiene tres retos:

- 1) Restablecer la credibilidad
- 2) Ganar la confianza del electorado. Sólo así se podrán obtener respuestas veraces y colaboración.
- 3) No sólo hablar de códigos éticos sino practicar y preservar las conductas profesionales. (frenar en la propaganda política el uso de encuestas falsas o mal elaboradas.)

Finalmente podemos decir que, la actividad humana se realiza sobre la base de lo existente, de lo posible y de lo creíble. Cuando en el plano de lo creíble se da una crisis, ésta se caracteriza por una proliferación del escepticismo y de la desconfianza; la credibilidad se ausenta y se deterioran los lazos de identidad y la dinámica de los procesos sociales se torna inestable.

Bajo estas condiciones, lo que sigue depende de la capacidad de las estructuras del sistema y de sus defensores y sus críticos para reconstruir o reinventar un nuevo orden.

A nuestro juicio, México atraviesa por una crisis de credibilidad; es por ello tal vez que el Marketing Político ha encontrado tierra fértil al tratar de reconstruir con él un nuevo orden de participación en el ámbito político-electoral. Se ensayan nuevos contextos, que bajo el método de ensayo y error, se construyen y deconstruyen en una dinámica que propicia cambios en ideas, ambientes, escenografías, lugares y espacios; simulando realidades verosímiles.

Las exigencias de la globalización y del mercado-mundo, nos llevan a adoptar métodos, técnicas y fórmulas de otros países, que aplicados a nuestros contextos cambiantes dan por resultado, por ejemplo, un marketing político muy a la mexicana. Así, aunque en algunos casos los asesores de candidatos y precandidatos sean de origen norteamericano, las formas se tratan de adaptar a las realidades de nuestra nación.

A los asesores extranjeros sólo se les han olvidado dos cosas: recordar que en este país aún no existe una democracia y que en el contexto mexicano, pocos creen en los políticos. Podemos preguntárselo a Francisco Labastida.

Y a los asesores y las empresas mexicanas, se les ha olvidado que su trabajo debe responder a un patrón profesional, dejando atrás las formas intuitivas de tomar decisiones, así como también no prestarse más a prácticas corruptas.

La era de las campañas informadas, con investigación científica aplicada, apenas comienza en México, teniendo todo un campo promisorio hacia el futuro.

Hemos visto, hasta aquí, como la contienda electoral del 2000, no partió de cero, sino que existían fenómenos o circunstancias que daban ventajas y desventajas aparentes a los partidos y finalmente el calidoscopio que es el sistema político mexicano, generó resultados tal vez deseados por algunos pero no esperados.

Veremos en el capítulo tres, como se inserta la publicidad política en la parcela de conocimiento llamado Comunicación Política; así también observaremos el uso de los valores democráticos y sus indicadores en el discurso publicitario de las campañas políticas.

CAPÍTULO 3

LA QUIMERA DEL DISCURSO DE LA DEMOCRACIA: VALORES DEMOCRÁTICOS Y PUBLICIDAD POLÍTICA

CAPÍTULO 3 LA QUIMERA DEL DISCURSO DE LA DEMOCRACIA:

VALORES DEMOCRÁTICOS Y PUBLICIDAD POLÍTICA

El propósito de este capítulo es enmarcar la publicidad política en el área investigativa de la comunicación política y a la vez, observar el manejo del discurso de la democracia, traducido en indicadores de valores democráticos, como insumo de la estrategia publicitaria de las campañas electorales del 2000.

3.1 COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

El surgimiento del Estado, en las diferentes modalidades en que se ha expresado en la gama de regímenes políticos que han existido y existen, tiene un principio común: limitar la libertad del individuo, para que en los marcos de una “Estado de derecho” se regulen, sancionen y coordinen las diferentes actividades humanas y se permita la coexistencia pacífica del hombre en sociedad.

Asimismo, el hombre genera leyes no escritas, que constituyen usos y costumbres de una nación, que también limitan la libertad del sujeto. Nos preguntamos ¿cómo el individuo obedece a esas leyes escritas y no escritas? En términos generales existen dos grandes caminos: primero el convencimiento ideológico persuasivo, que se expresa de múltiples maneras, según el contexto político y social; y segundo, a través del monopolio legítimo de la violencia que es reservada al Estado.

Nos interesa fundamentalmente el primer camino: las maneras en que un Estado, un régimen y/o un gobierno en turno; ejecuta el control de los gobernados para que acepten las reglas de convivencia política, económica, cultural, etc.; viendo así limitados sus deseos,

aspiraciones, opiniones y actos a lo permitido en los marcos de su habitud geográfico y simbólico.

La ideologización; el convencimiento, racional o emocional; la propaganda, el uso de técnicas planeadas estratégicamente como el marketing político, etc., tienen también un factor común: la llamada comunicación persuasiva.

Obviamente es necesario dar a conocer, publicitar, en última instancia comunicar las nuevas reglas y reiterar las establecidas. Por ello el gran vínculo, entre gobernantes y gobernados es la comunicación, tal fenómeno lo conocemos hoy como “comunicación política”.

Brevemente, hacemos referencia a lo que es la política, para comprender más adelante ese matrimonio sui generis llamado comunicación política.

Como sabemos, existen un número incuantificable de definiciones de política, sin embargo para fines de este trabajo nos referiremos a la planteada por Isaiah Berlin en el texto *En diálogo con Ramón Jahanbegloo* (1993); aquí el autor señala que la teoría política no trata simplemente de la naturaleza del poder, sino que “trata de los fines de la vida, de los valores, de las metas de la existencia de la sociedad, de lo bueno y lo malo, lo correcto y lo erróneo, y de todo aquello por lo cual viven o deberían vivir los miembros de una sociedad”. (1993:82)

De igual manera, Berlin nos hace poner atención en los problemas centrales de la política, que para él son la obediencia y la coacción: ¿por qué debo yo, o cualquiera, obedecer a otra persona? ¿Por qué no vivir como quiera? ¿Tengo que obedecer? Si no obedezco ¿puedo ser coaccionado? ¿Por quién, hasta qué punto, en nombre de qué y con motivo de quién? (Berlin: 1998:190)



Estos problemas, como anotamos al inicio, nos remiten al problema de la libertad, al pequeño o amplio margen que nos ofrece el Estado, el régimen y en forma inmediata el gobierno. La aceptación o no a los límites impuestos a nuestra libertad dependen del grado de hegemonía y legitimidad que haya logrado un régimen y el gobierno que lo represente en un momento dado. Podemos decir que la noción de legitimidad de un gobierno, se enlaza con los de credibilidad y confianza que le otorguen los gobernados.

La comunicación y la política se encuentran francamente interconectadas en dichos problemas: "el teórico de la información verá en la comunicación y en el intercambio de mensajes, entre gobernantes y gobernados, una categoría que le permita describir el comportamiento y la interacción que mantienen distintos actores sociales, individuales e instituciones, iglesias, gobiernos, estados, parlamentarios o ministros." (Del Rey:1996:166)

Refiriéndose a los comportamientos políticos, Sartori sostiene que éstos se califican de acuerdo al ámbito en que se adscribe el sistema político. Así, según este autor, las democracias se configuran como poliarquias competitivas, en esta competencia participan élites que intentan no sólo obtener un recurso, refiriéndose al voto, alcanzado mediante modalidades de comunicación, sino también valores, y distintas respuestas que propician comportamientos políticos distintos. (1992: 209)

En este orden de ideas, encontramos que Carl Schmitt creyó encontrar un criterio para identificar la política y los comportamientos políticos como algo distinto del resto de las conductas: la relación amigo/enemigo (1972:88). Así, la actividad política sería el intento de reducir el enemigo a adversario, ya que en el espacio público llamado democracia no cabe el enemigo, en cambio el estatuto de adversario es dinámico y coyuntural, por tanto el adversario de hoy puede ser el amigo de mañana.

Para Javier Del Rey, el gran referente de la comunicación política en la práctica, es ese modelo mediador binario que estructura y organiza la comunicación en armonía al esquema amigo/enemigo. (1996:162)

Como ejemplo, podemos observar que la integración de la relación amigo/enemigo, como forma básica del comportamiento político se expresa en forma superlativa en los periodos electorales, que actualmente se caracterizan por su magnificencia comunicativa-informativa y mediática.

Recurriendo a los argumentos del politólogo Harold Lasswell, podemos signar el papel de la política, en el seno de la vida social de la siguiente manera: “el hecho fundamental de la política es inseparable de la sociedad humana, si por política entendemos la arena más amplia de interacción en la que se esclarecen objetivos, se describen los grados de consecución, se analizan los factores de condicionamiento, se proyectan los desarrollos futuros y se valoran las alternativas normativas.” (1971:243)

Por lo anterior, podemos afirmar que la política es una cuestión de comunicación; donde los mensajes erigidos sobre los valores y el deber ser, se contrastan con los de la realidad inmediata; donde los mensajes de los líderes, partidos o de la sociedad política, se contrastan con los de los ciudadanos, con los de la sociedad en general y los de la sociedad civil; donde se contrastan los mensajes retórico-persuasivos del discurso político oficial y los de las voces disidentes.

Gobierno, obediencia y consentimiento es lo que caracteriza a la relación gobernantes-gobernados y ello supone instrumentos, técnicas, condiciones y posibilidades para el mantenimiento de esa relación caracterizada así. A nuestro parecer, esto es de lo que intenta dar cuenta, la disciplina llamada comunicación política.

3.1.1 Acercamiento a la noción de comunicación política

En los intentos de esclarecer las conexiones interteóricas entre comunicación y política, los diversos autores han tomado tres posturas fundamentales:

1) Quienes provienen de una formación jurídica, aseguran que la comunicación ha invadido terrenos ajenos; pretenden la existencia de una teoría política-jurídica de los medios de comunicación y niegan la identidad investigativa y disciplinaria de la comunicación política.

2) Otros investigadores opinan que la política es comunicación, en tanto que el control social que asegura un orden, únicamente se logra a través del intercambio simbólico de una comunidad. En otras palabras, para lograr poder, autoridad, negociación, influencia y finalmente control es imprescindible la comunicación.

3) La tercera postura lleva al planteamiento de que tanto la teoría de la comunicación, como la teoría política poseen un área específica en donde coinciden, dándose una intersección que tiene derecho a ser descrita como un espacio científico diferenciado y que llamamos teoría de la comunicación política.¹

Asimismo, la teoría de la comunicación política, como en casi todas las teorías se encuentra bajo el cobijo de diferentes macroteorías que dan pie a sus diversos enfoques.

Aquí, llamaremos macroteorías a aquellos modelos que definan, desde una construcción teórico-hipotética de la realidad, un instrumento para interpretar el mundo que nos rodea (Cfr. Rodríguez Alsina: 1989:18-19), bajo un principio racional de congruencia interna, que permita contrastar los resultados y la existencia de una estructura de relaciones entre los

¹ Para comprender las posturas descritas, podemos confrontar los siguientes autores: Nimmo y Sanders (1981); Fagen (1966); Arora y Lasswell (1969); Chaffee (1975); Blake y Haroldsen (1975); Meadow (1980); Trent y Friedenberg (1995); Shudson (1997); Wolton (1992); Blondel (1990); Monzón (1996); Gauthier, Gosselin y Mouchon (1998); Del Rey (1996); Canel (1999)...

conceptos y elementos del modelo (Willer:1969:46), que además posee un criterio de uso, un grado de terminación y un grado de cerramiento (Martín Serrano: 1982: 94-95).

Una macroteoría, según Deutsch (1985:39), a la par de su carácter descriptivo, explicativo y predictivo cumple con las funciones organizadoras, heurísticas y previsoras de la selección y discriminación de los datos suficientes y necesarios para la tarea investigativa.

Podemos decir que los grandes modelos o macroteorías, donde se inscriben las tentativas de explicación de la comunicación política son, por un lado, los orientados a la intervención práctica: conductismo y funcionalismo; y por otro, los que pretenden una explicación teórica y metodológica de las formas comunicativas: los modelos dialéctico y sistémico.

Siguiendo esta tónica, sabemos que existen teorías llamadas de rango medio, cuya función específica es formar un puente entre la gran teoría y la construcción del dato empírico. De ellas, existen numerosos modelos y enfoques que han tratado los temas que nos interesan: las campañas políticas y las relaciones entre el poder y los medios.

En este orden de ideas, la metodología de la hermenéutica profunda de John Thompson (1998), nos señala la necesidad de tomar aspectos diversos de las macroteorías y buscar los eslabones adecuados, es decir teorías de rango medio, para lograr una interpretación racionalmente plausible. Por lo anterior, utilizaremos una definición de comunicación política lo bastante abierta, para que nos permita plasmar sus rasgos prácticos y también los argumentos explicativos de tal disciplina, por ello seguiremos a María José Canel cuando dice: “entiendo que la comunicación política es el campo de estudios que comprende la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos) en la que se produce un intercambio de información, ideas y actitudes en torno a los asuntos públicos (...) es el intercambio de signos, señales o símbolos de cualquier

clase, entre personas físicas o sociales, con el que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de éstas en la comunidad.” (Canel:1999:23-24)

De igual manera, nos pondremos del lado de aquellos, como Del Rey Morató (1996), que afirman que la comunicación política es propia de las sociedades que defienden y protegen el pluralismo, en todas sus acepciones, sociedades en las que se defienden diversas versiones de los hechos, acorde con la pluralidad ideológica.

Así, los regímenes autocráticos, dan lugar a otro tipo de relación informativa entre gobernantes y gobernados, que generalmente se inscribe en el control de los medios, informadores y periodistas, y por lo tanto de la opinión pública, dicho control es menos sutil y sofisticado que en las democracias, y por lo común se acerca mucho más a las formas de la propaganda y el adoctrinamiento.

3.1.2 Tabla categorial de la comunicación política

Javier del Rey Morató, elaboró una tabla categorial en la que se pretenden establecer las grandes preguntas a resolver por la teoría de la comunicación política. Para ello retomó el clásico paradigma de Lasswell, construido sobre la tríada del discurso según Aristóteles en la obra “La Retórica”: “el que habla, sobre lo que habla y a quién. Tríada transformada por Lasswell en: “who say what to whom in what channel with that effect”.

Del Rey realiza la tarea, que en algún momento Kant denominó “disponer anaqueles y llenarlos”, metaforizando así la construcción de un modelo categorial, de tal forma que cada anaquel corresponde a cada una de las preguntas que formuló Lasswell, a saber: quién dice, qué, a quién, por qué canal/medio, con qué efectos.

LA TABLA CATEGORIAL DE LA TEORÍA GENERAL DE LA INFORMACIÓN

(1) QUIÉN	(2) → QUÉ ←	(3) A QUIÉN		(5) EFECTOS
(3) A QUIÉN		(1) QUIÉN		
ÉLITES / REPRESENTANTES	COMUNICACIÓN POLÍTICA	DEMOS / REPRESENTADOS	ESCENARIO	LONG RUN // SHORT RUN
<ul style="list-style-type: none"> - Isegoría: mayorías y minorías. - Comportamiento mediático de candidatos, partidos, gobiernos, Estados, grupos sociales y líderes de opinión. - Emisores ocultos 	<ul style="list-style-type: none"> - Información - Valores - Sondeos - Insumos: <ul style="list-style-type: none"> - de demanda - de apoyo - Productos - Marketing político - Retórica - Juegos de lenguaje - Periodismo de revelación 	<ul style="list-style-type: none"> - Cultura política del receptor - Estereotipos - Estructura psicológica - Orientación hacia los objetos sociales: <ul style="list-style-type: none"> - cognitiva - emotiva - evaluativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Prensa/Televisión - Democracia Mediática: <ul style="list-style-type: none"> - creación del <i>minipopulus</i> - representación mediática - gestión de los <i>feedbacks</i> - Videopolítica - Estado publicitario - <i>Corte de la Opinión Pública</i> - Relación entre tecnología y cultura - Epistemología de la televisión - Posmodernidad mediática - Mediación Periodística - Megamáquina hermenéutica - Cultura mediática del <i>prêt-à-penser</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Conciencia <ul style="list-style-type: none"> - relación psicológica con los objetos mediáticos - "Agenda Setting Function" - Universalización y vigilancia de los valores - <i>Presión de los valores</i> sobre los hechos y los comportamientos - Del monólogo de la Razón al diálogo mediático - Distribución de la Atención - Información: definición de la situación - Actitudes ante los objetos mediáticos - Conducta electoral - Opinión: espiral del silencio

(Del Rey Morató: 1996)

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

El primer anaquel, que corresponde a “quién dice”, posibilita observar la comunicación política asociada a la democracia, considerando a las mayorías y minorías como actores-informadores; permite, también, observar la posición de los actores frente a los valores que pueden manifestarse como conflictivos o contradictorios, en el contexto de la libertad para elegirlos o rechazarlos.

Así, también sitúa el universo de los valores en el espacio massmediático, en el segundo anaquel que corresponde al “qué” de Lasswell, con la utilización de la información, el marketing político, la retórica y los juegos del lenguaje.

La tabla categorial en el tercer anaquel, el “a quién”, contempla conceptos como el de cultura política y la estructura psicológica del receptor que propician y caracterizan las relaciones cognitivas y efectivas con la información.

En la posición cuatro de la estantería, la del “por qué canal/medio”, se inquiriere sobre fenómenos fundamentales, tales como la democracia mediática, la videopolítica, el Estado publicitario, la opinión pública, la relación entre tecnología y cultura, los medios de comunicación vistos como la megamáquina hermenéutica, etc.

En el último espacio, referido al “con qué efectos”, encontramos los siguientes fenómenos a observar: la conciencia vista como relación psicológica con los objetos mediáticos, la función de la agenda setting, la universalización y vigilancia de los valores; la distribución de la atención, la conducta electoral, etc.

Para evitar una lectura lineal, el modelo o tabla categorial contempla la alternancia de los roles de emisor y receptor.

Una vez establecidas las principales preguntas o áreas de investigación fenomenológica, en el espectro de la comunicación política, abordaremos el aspecto que más nos interesa y es

justamente el manejo del mensaje de la comunicación política cristalizado en su forma de publicidad política electoral, en la categoría de juegos del lenguaje entre los políticos.

3.2 PUBLICIDAD POLÍTICA

Ya en el capítulo titulado “Partidos y Campaña Política en México”, decíamos que frecuentemente se confunde a la publicidad política con el ámbito total de lo que la mercadotecnia política es.

La publicidad política es sólo una de las áreas donde se reflejan las estrategias del marketing, asimismo es sólo una más de las áreas de competencia de la investigación de la comunicación política, como vimos con anterioridad; pero quizá sea el aspecto más atractivo, más seductor, más cargado de sentido, por el manejo de textos e imágenes que resumen, en forma por demás redundante, las ideas-eje de una campaña electoral.

En el diseño publicitario, la piedra angular es la estrategia creativa, en ella es donde se recoge toda la investigación sobre audiencias; se plasma allí, involuntariamente a veces, la postura sobre la teoría de efectos que tenga el emisor; se expresa en ella la idea-eje y el objetivo de la campaña en forma muy clara, así la clara definición de la estrategia creativa hace la diferencia.

La publicidad también conlleva información que presenta, más allá del partido o candidato, estilos de vida, maneras de entender y hacer el mundo, se fomentan o silencian ideologías (Cfr. Lomas, Carlos:1999); se construye y reconstruye desde ella, la identidad de los sujetos. Las fórmulas publicitarias más sutiles encierran una concepción del mundo.

Todos esos mensajes implicados en la publicidad, tienen formas y pautas de construcción que devienen del ámbito persuasivo.

Las estrategias de la mercadotecnia política, entre ellas la estrategia creativa de la publicidad política, se diseñan como proyectos de guerra. Actualmente, el eufemismo planeación estratégica, es el nombre sofisticado que da cuenta de la lógica del marketing político, de donde surgen diseños publicitarios exhaustivamente premeditados con fines persuasivos.

3.2.1 Publicidad política y juegos del lenguaje

La historia de la persuasión es vieja, los métodos actuales resumen todos los medios e instrumentos utilizados a lo largo de su devenir.

Del Rey Morató (1996 y 1997), desde la tradición del enfoque lingüístico-investigativo de Wittgenstein, analiza los posibles usos del lenguaje en los mensajes políticos, a los que llama juegos del lenguaje.

Esta perspectiva tiene su origen en la llamada Game Theory (1997) y en opinión de Del Rey, permite acercarnos a la comunicación política en el marco de las sociedades democráticas vistas como un universo discursivo en donde el conflicto se publicita y puede encontrar solución bajo la precondition democrática del diálogo.

Los medios de comunicación son un espacio que permite publicitar los issues, también se publicitan los actores implicados, que utilizan el mercado mediático para dar notoriedad a los conflictos lingüísticos que son el vehículo para que dichos actores adquieran protagonismo en los medios. De esta manera, muchos de los conflictos son simulados, en tanto que únicamente son conflictos semánticos, conflictos discursivos, en otras palabras: juegos del lenguaje para construir la imagen de un candidato.

Por su parte Lyotard (1984), señala que hablar es combatir (o jugar) y que los actos del lenguaje devienen en una agonística general. La agonística, aquí se entiende como una

lucha, que en la democracia se expresa mediante la comunicación y la persuasión, de tal manera que con ella se construye, deconstruye o destruye al adversario.

Para Del Rey, la comunicación política “se trata de una agonística estratégica, pactada, medialógica: la comunicación política es la agonística de la democracia y los juegos del lenguaje no son juegos del todo o nada, sino juegos de intereses mezclados.” (1996:213)

En esta tónica, podemos insertar a la publicidad política como un aspecto de la comunicación política, donde se utilizan las estrategias mediático-persuasivas, en el que la construcción de los mensajes son también vistos como juegos del lenguaje.

Si retomamos el llamado ciclo de la publicidad, constituido por las siguientes etapas: a) pionera, b) competitiva y c) retentiva (Cfr. Kleppner's:1988); observamos que los juegos del lenguaje en periodos electorales, utilizan la primera etapa para dar a conocer al candidato y posicionar su imagen; dicha etapa se caracteriza por la hiperbolización de los rasgos positivos del candidato.

En la segunda etapa, la competitiva, los juegos del lenguaje consisten en contrarrestar la imagen del adversario y ensalzar la propia. Esta etapa es la más interesante de la publicidad política, ya que dependiendo del contexto cultural, que legitima los juegos del lenguaje empleados, es posible establecer un sistema de premios y sanciones para los actores. Es decir, a través de los juegos del lenguaje empleados, se genera por la opinión pública una promoción o penalización social de dichos actores.

Puede decirse que el auténtico “código penal” de la democracia, es el tribunal mediático de la opinión pública, que por lo general se anticipa a las leyes verdaderas y logra terminar con la carrera de los políticos, o bien los lanza a las alturas de la popularidad.

Así, en el ciclo de la publicidad (pionera-competitiva-retentiva), la etapa competitiva es la más rica en juegos del lenguaje que pretenden acabar con la imagen del candidato

adversario. Se llega, en ocasiones a identificar con la publicidad negativa, entendiéndose por ésta la que diseña mensajes publicitarios “con llamados a lo irracional, a los prejuicios raciales, culturales y sociales que se comercializan como ideas políticas.” (Muñoz-Alonso:1999)

Por último, respecto a la etapa retentiva, esta se distingue por tratar de mantener la imagen del candidato, así como reposicionarla en los embates de los juegos del lenguaje adversos, que hayan logrado efectos en la opinión del público, todo esto sin mencionar al adversario. Para concluir este apartado, veremos algunos aspectos de los juegos del lenguaje que intervienen en la publicidad política.

El anuncio televisivo como juego es un género lacónico, casi telegráfico, algunos creativos se refieren a él como “el tirano de los 30 segundos”. El spot político se ha desarrollado al amparo de la publicidad comercial, utilizando las mismas técnicas psicológicas, textuales y visuales: “brevedad, repetición, selección, sustitución, afirmación y el recurso del humor.” (Del Rey:1997:167)

La selección se refiere a los temas o issues tratados, y la estrategia de sustitución –de palabras- en la que se evita todo vocablo neutral y se utiliza otro, alguno saturado de connotaciones positivas o negativas, según la intencionalidad del emisor. La afirmación, por su parte, se esgrime como una verdad inapelable, justo en la forma de silogismo retórico, que sirve de argumentación de sí misma.

En resumen la publicidad política como juego del lenguaje se distingue por:

- 1)La economía de los medios y recursos de expresión
- 2)La accesibilidad de las palabras utilizadas, que puede comprender todo el público
- 3)La ausencia de argumentos o la sustitución de argumento por la afirmación

4)El orador es el mensaje, las frases funcionan como predicado del candidato, quien da credibilidad y fuerza persuasiva a los textos e imágenes. (Cfr. Del Rey:1997)

En esta investigación, no haremos referencia a toda la clasificación de juegos del lenguaje, que con gran detalle explica Javier Del Rey Morató en el texto “Los juegos de los políticos” (1997). Sirva lo aquí expuesto para enmarcar la publicidad política en la base de su diseño creativo-persuasivo.

3.2.2 Publicidad política y televisión

Mucho se discute de la irrupción de los medios de comunicación y las llamadas nuevas tecnologías, en el espacio de la política, muchas también son las posturas respecto a este nuevo contexto, a tal grado que podríamos dividir a los que reflexionan el tema, como hemos mencionado antes, en dos grandes grupos: los neoapocalípticos y los neointegrados, en evidente alusión al trabajo de Umberto Eco y la cultura de masas.

No es de nuestro interés reconstruir el debate de los defensores de ambas posturas, únicamente haremos algunas precisiones que nos son de utilidad en este trabajo.

Manuel Castells (1997), afirma que si bien es cierto que los medios tecnológicos han introducido nuevas reglas en los juegos políticos y afectan en forma importante a la sustancia de la política, al convertirse en su espacio privilegiado, ello no significa que toda la actividad política pueda reducirse a la manipulación simbólica de que es objeto en los mass media. Aunque por otro lado, sin dicha manipulación, no hay posibilidad de obtener o ejercer el poder. “En general los medios están arraigados en la sociedad y su interacción con el proceso político es muy indeterminada, dependiendo del contexto, las estrategias de los actores políticos y la interacción específica entre un conjunto de rasgos sociales, culturales y políticos.” Castells es aún más radical: “Lo que pasa en este espacio político

dominado por los medios no está determinado por ellos: es un proceso social y político abierto.” (1997:344)

Con los argumentos del sociólogo español, queremos dejar claro que no toda la política se hace en el espacio de los medios. Pero, lo que sí hacen los medios a la política es encuadrarla y estructurarla.

En el contexto de las democracias realmente existentes, el acceso al poder depende de los sistemas electorales, en pocas palabras de la movilización del voto ciudadano.

Es un hecho que el votante recibe la información de los medios de comunicación, en particular de la televisión, muchas investigaciones empíricas dan cuenta de ello (Cfr. Castells:1997; así en las grandes contiendas electorales se utilizan los medios, particularmente la televisión, como instrumento de influencia y persuasión.

Veamos algunas de las características de la televisión como vehículo privilegiado de la comunicación política, en sus efectos de encuadre y estructuración de la política mediante la publicidad:

1) En un primer momento, es importante ubicar las consecuencias de que la televisión se halle dentro de la lógica de mercado, lo que implica que como industria está obligada a la captación de beneficios económicos, que se obtienen principalmente por la venta de espacio publicitario. Esta situación pone a la televisión en la dinámica competitiva de obtener mayores audiencias: a mayor rating, mayor demanda de espacio televisivo; se venden y se compran audiencias.

Bajo esta lógica, dice Muñoz-Alonso (1999), la programación “se centra en lo nuevo, lo inusual y lo aberrante” para lograr la atención de mayor audiencia. Aspecto que se explota perfectamente cuando la publicidad política tiene tintes de publicidad negativa.

2) Otra de las necesidades obligadas, que impone el medio televisivo, es que los mensajes sean cortos y sencillos. La forma spot de la publicidad política, encuadra y estructura el mensaje político: sencillez, economía de recursos, banalidad, redundancia, anclaje del sentido.

3) Otro rasgo impuesto por la “ventana luminosa”, es lo que Muñoz-Alonso (1999) llama maniqueísmo informativo, manejo bajo el cual, toda cuestión política tiene dos lados y sólo dos lados. Dicho maniqueísmo es un gran economizador de recursos y da pie a una gran gama de “argumentos” retóricos en la publicidad política.

4) Asimismo, en la televisión se da prioridad a todo lo que tiene aspecto de conflicto, por ello se emplea el llamado modelo deportivo, el cual “concibe la información como un espectáculo, en el que siempre alguien gana y alguien pierde y en el que lo importante es meter goles.” (Muñoz-Alonso:1999:36) De ahí que la publicidad política, en sus tiempos electorales, sea el paradigma televisivo de la comunicación política.

5) La televisión también caracteriza a los sucesos políticos con un enfoque personalista. De tal manera que las instituciones, los proyectos y plataformas desaparecen, o bien pasan a un segundo plano en beneficio de los candidatos, quienes aparecen como los principales protagonistas del singular combate. Hecho que caracterizó en forma rotunda a Vicente Fox en la contienda electoral que nos ocupa: se llegó a diferenciar, casi absolutamente al candidato del partido que supuestamente representó.

La publicidad política televisiva ha propiciado que el mensaje político “pase de la doctrina al slogan; de la semántica a la estética, de los grandes párrafos al spot de 30 segundos; de los largos y complejos argumentos al juego de palabras que se entienden sin esfuerzo...” (Del Rey:1997:173) Podemos agregar: del partido al candidato; de la realidad plural y heterogénea al conflicto espectacular y maniqueo.

Veremos, en el siguiente apartado, la utilización del discurso de la democracia como argumento de los spots de la publicidad política en el periodo electoral del año 2000 en nuestro país, su manejo por los tres principales partidos políticos (PRI, PAN y PRD) y proyectados por la T.V. abierta.

3.3 ANÁLISIS DE PUBLICIDAD POLÍTICA

3.3.1 Delimitación y objetivos del análisis de los mensajes de publicidad política.

1) DELIMITACIÓN.

Análisis de la correspondencia y/o tendencia de los contenidos de los spots de la publicidad política, con los contenidos de los indicadores /valores de la democracia, que los expertos en el tema han desarrollado y analizado.

El universo del análisis comprende los diversos spots que los partidos políticos (PRI, PAN, PRD), insertaron, mediante pago, en los diferentes canales de televisión abierta.

El periodo de aparición de los spots considerados, corresponde al tiempo fijado por el Instituto Federal Electoral (IFE), como el periodo oficial de las campañas electorales para la designación de presidente de la República, en el año 2000. (Del 1 de enero al 28 de junio del 2000)

Se revisarán todos y cada uno de los spots disponibles, transmitidos por la T.V. abierta, que fueron diseñados, producidos, financiados y publicitados, bajo la responsabilidad de los tres partidos antes mencionados.

2) OBJETIVO.

Realizar un análisis simplificado, para obtener el significado manifiesto de imágenes y texto, sobre el uso de los indicadores y valores democráticos en los spots publicitados por

T.V., durante las elecciones para Presidente de la República del año 2000; por parte de los tres partidos de mayor peso electoral: PRI, PAN y PRD; para obtener inferencias sobre la correspondencia y/o tendencia y apego de los contenidos de la publicidad política con los valores e indicadores que la teoría de la democracia señala como propios de esta forma de gobierno.

3) VARIABLES EVALUATIVAS.

Conocer la correspondencia y/o tendencia de los contenidos de los spots hacia:

- a) Valores Democráticos.
- b) Indicadores Democráticos.

Se evaluarán los contenidos de los mensajes hacia las variables mencionadas, en tres sentidos:

- a) Positivo.
- b) No aborda el tema o Neutro.
- c) Negativo.

El tipo de correspondencia y/o tendencia, se definirá con base en la adjetivación (valoración) hacia cierta acción, persona o circunstancia propia o ajena (del propio partido, o del opositor) que incida en la temática de un indicador o valor democrático, y se proyecte como una defensa del indicador o valor, o bien como una transgresión de éstos.

- a) Positiva: El contenido del mensaje y por tanto, la posición del partido o candidato, coincide con la concepción del valor e indicador democrático.
- b) No aborda el tema o es neutro: El contenido del mensaje no se refiere a ningún valor o indicador democrático, o bien, no se manifiesta ni a favor ni en contra.

- c) Negativa: El contenido del mensaje es contrario o transgrede la concepción del valor o indicador.

3.3.2 Presentación de esquemas de categorías y unidades de registro

Registro de Datos.

El registro de datos se llevará a cabo con matrices que contemplen los indicadores y valores democráticos, que son los temas a identificar, correlacionándolos con los datos de las unidades de análisis.

Para ello sugerimos los siguientes esquemas:

Esquema 1:

Autor: Berelson, Bernard.

Obra: Análisis de Contenido

Área: Unidad de Registro: Tema

Categoría: Tendencia

Propuesta: Esta categoría se denomina también orientación.

Presentación de la Propuesta:

Concepto:

Tendencia

Tendencia: Se refiere al tratamiento que hacen en pro o en contra de un asunto: en este caso, valores e indicadores democráticos.

A)Positivo

Básicamente la cuestión es: ¿está la comunicación

B)Neutral

a favor o en contra de los indicadores o valores

C)Negativo

democráticos o es neutral ante ellos?

ESQUEMA 2:

Autor: Rospir, Juan Ignacio.

Obra: La Globalización de las Campañas Electorales.

Área: Unidad de Registro: Formato de Spots.

Categoría: A través de las características del guión, podemos observar los formatos como los rumbos y posibilidades creativas de la publicidad política.

Presentación de la Propuesta.

Concepto.

Tipos de Formato.

a) "Titulares"

Titulares. Formato limitado a un guión de preguntas y respuestas; es un conjunto de titulares con los que se fijan determinados componentes o slogans

b) "Publicidad Negativa"

Publicidad Negativa. Guión con llamados a lo irracional, a los prejuicios raciales, culturales y sociales, que se comercializan como ideas políticas. Nosotros también consideramos como publicidad negativa a aquella que critique o trate de reducir la imagen positiva, señalando errores o adjudicando responsabilidades de errores, del candidato adversario.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- | | |
|---------------------------|--|
| c) “Cinema Verité” | Cinema Verité. Estilo documental que presenta y describe la vida diaria del candidato. |
| d) “Documental” | Documental. Elaborado sobre la biografía política del candidato. |
| e) Formato “mixto” | |
| 1) “Personas en la calle” | Personas en la calle. El hombre común, ciudadanos anónimos expresan su punto de vista. |
| 2) “Testimonial” | Testimonial. Personas conocidas, artistas, deportistas, empresarios, intelectuales, solicitan el voto para un partido o candidato. |
| 3) “Independiente” | Independiente. Promovida desde la sociedad civil en sus distintas organizaciones, que se movilizan a favor de alguna opción, expresando sus razones y compromisos más generales. |

Esquema 3:

Autor: autores Varios (ver capítulo 1)

Área: Unidad de Registro: Valores e Indicadores de Democracia

Categoría: Valores e Indicadores de la Democracia.

Propuesta: Es común asociar ideas con valores, en el discurso político siempre se hace alusión a los valores de la democracia, de manera que se presenta alguna palabra o expresión que se asocie con la democracia, generalmente expresada en sus indicadores.

Presentación de la Propuesta

Concepto

Valores:

Igualdad

Igualdad. Como valor democrático, significa fácticamente que las diferencias y asimetrías de corte económico, social, cultural o físico; y también las relativas a la edad, sexo, fe religiosa, ocupación, raza o clase social, no pueden legitimar el dominio de unos seres humanos sobre otros.

Libertad

Libertad. Se entiende que cada individuo goza del derecho a realizar determinadas actividades sin que nadie - ni el gobierno, ni organización social alguna, ni otro individuo- se lo impida.

Fraternidad o Tolerancia

Fraternidad o tolerancia. Como valor, la fraternidad implica que los miembros de una sociedad deben verse como hermanos. Como indicador democrático se observa en que los conflictos no excluyan la cooperación y que la cooperación no excluya los conflictos. Se refiere concretamente a la tolerancia, el respeto e inclusión de las minorías y el respeto a la diversidad.

Derechos individuales

Derechos individuales. La democracia presupone una serie de derechos garantizados por el Estado, para todos y cada uno de los ciudadanos y habitantes de una nación, y coinciden con los denominados derechos humanos. Estos, en un sistema democrático, encuentran mayores probabilidades de volverse realidad.

Valores de la Democracia

1) Indicadores de Libertades Democráticas

- 1.1. Libertad de Pensamiento
- 1.2. Libertad de Expresión y Opinión
- 1.3. Libertad de Asociación
- 1.4. Libertad de Reunión
- 1.5. Libertad de Tránsito
- 1.6. Libertad de Empleo
- 1.7. Libertad de Religión
- 1.8. Libertad de Manifestación
- 1.9. Libertad de Sufragio.

2) Indicadores de Igualdad Política de la Democracia

- 2.1. Igualdad frente a la ley
- 2.2. Igualdad frente al sufragio

2.3. Igualdad frente a la diversidad (Pluralismo)

3) Indicadores de Fraternidad y/o Tolerancia

3.1. Respeto a las Minorías

3.2. Inclusión de las Minorías

3.3. Respeto a la Diversidad (tolerancia)

4) Derechos Individuales

4.1. Igualdad y no discriminación

4.2. Derecho a la vida

4.3. Derecho a la libertad y seguridad personales

4.4. Ausencia de servidumbre, torturas y privación ilegal de la libertad

4.5. Garantías de los infractores

4.6. Protección de la vida privada

4.7. Derecho a la educación

4.8. Derecho a la Información.

**GUIÓN PARA DETECTAR VALORES/INDICADORES DEMOCRÁTICOS EN
SPOTS POLÍTICOS**

1) LIBERTADES DEMOCRÁTICAS.

Por libertad se entiende que cada individuo goza del derecho a realizar determinadas actividades sin que nadie - ni el gobierno, ni organización social alguna, ni otro individuo - se lo impida.

La libertad se limita a la cantidad de opciones ofrecidas por el sistema político y social y por las leyes que emanan de la propia voluntad del pueblo. La libertad como valor

democrático, en general se observa en los siguientes indicadores: libertad de pensamiento, expresión, asociación, reunión, tránsito, empleo, religión, manifestación, sufragio.

Pregunta: ¿En el mensaje, el partido o el candidato se manifiesta en contra, o transgrede alguna de las libertades antes mencionadas?

2) IGUALDAD POLÍTICA DE LA DEMOCRACIA.

La igualdad como valor democrático, significa fácticamente que las diferencias y asimetrías de corte económico, social, cultural o físico; y también las relativas a la edad, sexo, fe religiosa, ocupación, raza o clase social, no pueden legitimar el dominio de unos seres humanos sobre otros.

Los indicadores de este valor de la democracia son la igualdad frente a la ley; igualdad frente al sufragio e igualdad frente a la diversidad, que finalmente significaría el pluralismo de la sociedad como valor democrático.

Pregunta: ¿El mensaje del spot, el partido o candidato se manifiesta en contra, o transgrede algún indicador de igualdad de los mencionados?

3) LA FRATERNIDAD COMO VALOR DEMOCRÁTICO.

Como valor, la fraternidad implica que los miembros de una sociedad deben verse como hermanos. Como indicador democrático se observa en que los conflictos no excluyan la cooperación y que la cooperación no excluya los conflictos. Se refiere concretamente a la tolerancia, el respeto e inclusión de las minorías y el respeto a la diversidad.

Pregunta: ¿En el mensaje, el partido o el candidato manejan juicios que van en contra o transgreden la tolerancia, el respeto a las minorías y a la diferencia?

4) LOS DERECHOS INDIVIDUALES COMO VALOR DEMOCRÁTICO.

La democracia presupone una serie de derechos garantizados por el Estado, para todos y cada uno de los ciudadanos y habitantes de una nación, y coinciden con los denominados derechos humanos. Estos, en un sistema democrático, encuentran mayores probabilidades de volverse realidad.

Como indicadores tomaremos los siguientes: igualdad y no discriminación; derecho a la vida; derecho a la libertad y seguridad personales; ausencia de servidumbre, torturas y privación ilegal de la libertad; igualdad ante la ley; garantías de los infractores; protección de la vida privada; libre tránsito; libertad de conciencia religiosa, libertad de opinión y de expresión, derecho a la educación y a la información.

Pregunta: ¿En el mensaje, el partido o candidato, se manifiesta en contra o contravienen de hecho, algún indicador de Derechos Individuales de los arriba mencionados?

ESQUEMA INDICADORES DE DEMOCRACIA

Elementos y categorías básicas de la democracia según varios autores contemporáneos.

AUTOR	ELEMENTOS: CRITERIOS, DIMENSIONES, CONDICIONES	CARACTERÍSTICAS, CATEGORÍAS, INDICADORES
1. Robert Dahl	a) Igualdad en la votación b) Participación efectiva c) Control final sobre el programa e) Inclusión	Garantías para: 1. Libertad de asociación 2. Libertad de expresión 3. Libertad de voto 4. Elegibilidad para el servicio público 5. Derecho de líderes políticos a competir en busca de votos 6. Diversidad de fuentes de información 7. Elecciones libres e imparciales 8. Instituciones que garanticen que la política del Gobierno dependa del voto.
2. Giovanni Sartori	Criterios: a) Descripción y, b) Prescripción Condiciones: 1. Desarrollo económico 2. Grado de educación 3. Estructuras intermedias 4. Liderazgo	Subtipos: 1. Democracia política <ul style="list-style-type: none"> • Electoral • Participativa • Consociacional 2. Democracia económica 3. Democracia social Categorías: 1. Libertad 2. Igualdad 3. Regla de mayoría y de minoría 4. Consenso

3. Arend Lijphart	Modelos: a) Mayoritario	Características: 1. Concentración del poder ejecutivo 2. Fusión de poderes y dominio del gabinete 3. Bicameralismo asimétrico 4. Bipartidismo 5. Sistema de partidos unidimensional 6. Sistema electoral de mayoría relativa 7. Gobierno unitario y centralizado 8. Constitución no escrita y soberanía parlamentaria 9. Democracia exclusivamente representativa
	b) Consensual	1. Participación en el poder ejecutivo 2. Separación formal e informal de poderes 3. Bicameralismo equilibrado y representación de minorías 4. Sistemas pluripartidistas 5. Sistema de partidos multidimensional 6. Representación proporcional 7. Descentralización y federalismo 8. Constitución escrita y veto de la minoría
	c) Norteamericano	1. Concentración del poder ejecutivo 2. Separación de poderes 3. Bicameralismo equilibrado 4. Bipartidismo 5. Partidos políticos heterogéneos con programas similares 6. Sistema electoral mayoritario 7. Federalismo 8. Constitución escrita y veto de la minoría

<p>4. Adam Przeworski</p>	<p>Condiciones de democratización:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desmantelamiento de los viejos aparatos de poder autoritarios 2. Las nuevas fuerzas democráticas optan por instituciones democráticas 	<p>Concepto: Institucionalización de la incertidumbre</p> <p>Mecanismos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Verticales: Elecciones (control sobre gobiernos) a) Mandato b) Rendición de cuentas 2. Gobierno dividido <p>Categorías:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Protección efectiva de derechos ciudadanos b) Ejercicio eficaz del gobierno
<p>5. David Beetham</p>	<p>Criterios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Rendición de cuentas del gobierno 2) Aspectos de una sociedad civil democrática 3) Grado efectivo de igualdad de derechos políticos y de oportunidades 	<p>Pirámide democrática:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elecciones libres y justas 2. Derechos civiles y políticos 3. Gobierno abierto y responsable 4. Una sociedad democrática (30 indicadores)
<p>6. Juan Linz</p>	<p>Criterios: Libertad para proponer alternativas políticas</p> <p>Condiciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de una sociedad libre y vigorosa 2. Sociedad política relativamente autónoma 3. Estado de derecho 4. Burocracia gubernamental y servicio civil eficiente 5. Sociedad económicamente institucionalizada 	<p>Derechos concomitantes:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Libertad de asociación 2. Libertad de expresión 3. Competencia libre y no violenta entre líderes 4. Inclusión de todos los cargos políticos efectivos 5. Participación de todos
<p>7. Guillermo O'Donnell</p>	<p>Dimensiones: La democracia política debe coexistir con varios grados de democratización, en las esferas económica, social y cultural</p> <p>Condición: Que no se dé una regresión autoritaria</p> <p>Componentes:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Liberal 	<p>Categorías: Accountability (Esencia de la representación)</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Horizontal (débil-fuerte) b) Vertical <p>Indicadores de poliarquía:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Libertad de asociación 2. Libertad de expresión 3. Libertad de voto 4. Elegibilidad para servicio público

	<p>b) Democrático c) Republicano</p>	<p>5. Derecho de líderes a competir en busca de apoyo y votos 6. Diversidad de fuentes de información 7. Elecciones libres e imparciales 8. Instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa del voto y otras formas de expresar preferencias 9. Autoridades públicas electas, no deben ser arbitrariamente depuestas antes de concluir su mandato 10. Autoridades públicas electas, no deben restringirse ni ser excluidas de ciertas esferas políticas por otros actores 11. Existencia de un territorio indisputado que defina claramente la población que vota</p>
8. Alain Touraine	<p>Dimensiones: 1. Respeto a los derechos fundamentales del hombre 2. Ciudadanía 3. Representatividad de los dirigentes Tipos: 1. Democracia liberal 2. Democracia constitucionalista 3. Democracia conflictiva</p>	<p>Categorías: a) Pluralismo b) Libertad c) Representatividad</p>

Cuadro sintético elaborado con la colaboración y bajo la supervisión del politólogo Enrique Bailleres Helguera.

UNIDADES DE ANÁLISIS (PAN)

IDENTIFICACIÓN DEL SPOT	TEMÁTICA GENERAL
1.- PAN "Ya, ya, ya	Canción-imágenes. Ya, ya, ya
2.- PAN "Ya ustedes vieron como	Seguirán tratando de desprestigiamos
3.- PAN "Ya, ya, ya Versión 2	Canción-imágenes. Ya, ya, ya Versión 2
4.- PAN "Adiós al rezago educativo	Adiós al PRI-Imagen de Carlos Salinas
5.- PAN "Adiós a masacres como	Adiós al PRI-Aguas Blancas, Acteal
6.- PAN "Si dividimos los ingresos de PEMEX	Ya recibió los ingresos de PEMEX
7.- PAN "Ya está encendida la luz	Luz de la esperanza
8.- PAN "Ya como presidente les doy	Las mujeres contarán con Inst. de la mujer
9.- PAN "Fox con los presidentes	Fox Estadista
10.- PAN "Quién será el nuevo presidente	Encuestas reñidas
11.- PAN "Se acuerdan de esta imagen	Encuestas después del debate
12.- PAN "Nosotros no tenemos ni	POBREZA
13.- PAN "No se olvida que los responsables	PRI-Responsabilidad del 68
14.- PAN "Lo cierto es que antes del	Encuestas después del debate
15.- PAN "La pregunta este 2 de julio	"Lavestida, chaparro.."
16.- PAN "México ya, ya está encendida	La luz del cambio
17.- PAN "Labastida dice que Fox miente	Dinosaurios
18.- PAN "Ellos dicen que Fox	Cárdenas y Labastida dicen que Fox miente
19.- PAN "Quiero que sepan que...	Kate del Castillo
20.- PAN "México lindo y querido	Eric del Castillo
21.- PAN "Todos los mexicanos	Debate abierto
22.- PAN "Estoy listo para un debate	No necesito un banquito
23.- PAN "Sra. González, soy promotor (V1)	Promotor de voto del PRI
24.- PAN "Canción-México ya	Canción
25.- PAN "Sra. González, buenos días (V2)	Promotor de voto del PRI
26.- PAN "Ellos como viejos priistas	Los problemas hay que resolverlos hoy
27.- PAN "El segundo debate también	El segundo debate lo ganó Fox
28.- PAN "Ya es tiempo de que los	Luis García
29.- PAN "Acaso creen que no te...	Expresidentes
30.- PAN "Labastida tiene nuevas mañas	Mañas

UNIDADES DE ANÁLISIS (PRD)

IDENTIFICACIÓN DEL SPOT	TEMÁTICA GENERAL
1.- PRD "La policía tomó la Universidad	Universidad-Educación
2.- PRD "Ya sé que los gob. de oposición	Limitaciones de los gobiernos de oposición
3.- PRD "Con qué cara nos habla el	Economía (contra el gobierno)
4.- PRD "La obra de Hidalgo	Gobierno entreguista
5.- PRD "Los candidatos del PRI y...	PRI-PAN a favor de privatización
6.- PRD "Es una persona perseverante	Más oportunidades p/mujer que p/hombres
7.- PRD "Amor por mi país	Este gobierno no le sirve al país
8.- PRD "No podemos aceptar un	No acuerdo con Fox para Alianza
9.- PRD "Con gorra y con botas	Fox salinista
10.- PRD "México no merece un	Merecemos un presidente como Cuauhtémoc
11.- PRD "Vicente Fox hoy está	No va a descender a insultos
12.- PRD "Ese soy yo como candidato (V1)	Autorretrato
13.- PRD "Ustedes me han visto trabajar	Zacatecas
14.- PRD "Tenemos que lograr (V1)	Igualdad para la mujer
15.- PRD "Tenemos con que ganarles	Patriotismo y honradez
16.- PRD RAP "El PAN que me	Canción-RAP
17.- PRD "Al pueblo no lo va a engañar	Rosario Ibarra de la Piedra
18.- PRD "Ese soy yo (V2)	Invitación-Zócalo. Autorretrato
19.- PRD "Tenemos que lograr (V2)	Invitación-Zócalo. Igualdad para las mujeres
20.- PRD Son "Con Cuauhtémoc...	Invitación-Zócalo. Canción SON
21.- PRD "Nosotros tenemos un gobierno	Esposa sin guardaespaldas
22.- PRD "Ustedes compañeros junto	Uds. son el alma-medio-fuerza de la campaña

UNIDADES DE ANÁLISIS (PRI)

IDENTIFICACIÓN DEL SPOT	TEMÁTICA GENERAL
1.- PRI "Yo quiero encabezar	Corrupción-Declaración de ingresos
2.- PRI "El padre de Labastida	La herencia de su padre: amor por el país
3.- PRI "Con todas mis fuerzas	Inglés y computación-Cambio por rumbo
4.- PRI "En México hay muchas mujeres	Invisibles-pobreza-clínicas
5.- PRI "En México miles de hombres y m..	Invisibles-mal empleo-Seguro Social
6.- PRI "EL 13 de mayo	Fox en Nueva York-Privatizaciones
7.- PRI "Como gobernador FLO	Poder a la gente-gobernar para ayudar a la gente
8.- PRI "Labastida en Sinaloa (VI)	Agua-corrupción-vivienda-declaración de ingresos
9.- PRI "Para Labastida la gente	Fox usa su tiempo en decir mentiras/encuestas
10.- PRI "Yo tengo un lugar	10 de mayo-La madre de Labastida
11.- PRI "El 4 de octubre	Revista Milenio. Fam Fox en Fobaproa
12.- PRI "Por muchos años he (VI)	Viaje por el país. Experiencia y decisión
13.- PRI "Fox convirtió a muchos	Fox empleado de EUA. Sinaloa bloqueo de aguacate
14.- PRI "Las mujeres pedimos	Tolerancia y respeto a nuestras creencias
15.- PRI "Las mujeres queremos	Oportunidades de trabajo-minifaldas-hospitales
16.- PRI "Mensaje de FLO sobre el debate	Debate cancelado por Fox
17.- PRI "Fox dice que el debate	Periódicos-Debate
18.- PRI "Fox dice q/quiere cambiar la hist.	Error de Fox sobre la nacionalización de PEMEX
19.- PRI "El candidato del capricho	Fox. El debate es hoy
20.- PRI "En el debate quedó claro	La verdad: el poder sirve a la gente
21.- PRI "Por la familia	Empleos mejor pagados a mujeres y hombres
22.- PRI "Mi mujer y yo hemos	Valores: Familia, espirituales y culturales
23.- PRI "Fox ya acabo (VI)	Fox acabó con sus seguidores-descalificaciones
24.- PRI "Al entrar en la recta final	Amor a México. Generación Empleo-Salud-Justicia
25.- PRI "Cuando los mexicanos	Deportistas-triunfadores
26.- PRI "Presentamos un candidato	Fox en escenas chuscas-Fox no es serio
27.- PRI "Muchos mexicanos en EUA están	Fox no defendió a los indocumentados
28.- PRI "Que el poder sirva a la gente	Jorge Campos
29.- PRI Canción "Ni Témoc no Chente	Juan Gabriel

30.- PRI "Mientras nuestros hijos	Protección a los niños y las mujeres
31.- PRI "Dicen que se educa con	Fox con Daniela, la niña del lenguaje
32.- PRI "Tú tienes derecho a	Fox recibió dinero del extranjero para su campaña
33.- PRI "El hombre que conoce	FLO conoce problemas y soluciones. El hombre que necesita México
34.- PRI "Estoy aquí con ustedes	Niños y jóvenes. Educación-mujeres-respetada "Yo les voy a cumplir"
35.- PRI "Hay tantas cosas por	Mujeres embarazadas-Inglés y computación
36.- PRI "Labastida en Sinaloa (V2)	Agua-corrupción-vivienda
37.- PRI "Fox en el debate:	Familia de Fox en el Fobaproa
38.- PRI "Por muchos años (V2)	Viaje por el país
39.- PRI "Hoy todos hablan de cambio	Comparación analfabetos hace 70 años. El PRI cambia para ti
40.- PRI "Fox ya acabo (V2)	Fox acabó con sus seguidores

3.3.3 Vitrina Metodológica

Para la realización de esta investigación se considero lo siguiente:

1) Analizar los spots transmitidos por la TV abierta: Televisa, canales: 2,4,5 y 9; TV Azteca, canales: 7 y 13; CNI, canal 40; Instituto Politécnico Nacional, canal 11 durante el periodo autorizado por el IFE, como tiempo de campañas electorales:

“Las campañas electorales, que comprenden el conjunto de actividades que pueden desarrollar los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos registrados en búsqueda del voto popular, se pueden iniciar en el momento mismo en que la autoridad electoral resuelve sobre el registro de las candidaturas correspondientes (del 1 al 15 de enero del año 2000) y, en todos los casos debe concluir tres días antes de la jornada electoral, es decir, no se puede realizar ningún acto de campaña a partir del jueves 29 de junio del año 2000.” (IFE: 2000)

2) La cantidad de spots analizados se limito a los que fue posible obtener de los propios partidos y otros fueron obtenidos de grabaciones caseras.

Cabe señalar que los tres partidos (PRI, PAN y PRD) recurrieron al recurso de acortar spots de mayor duración, se analizaron aquí las versiones largas.

Asimismo, nos resultó muy difícil obtener el spot PAN-30 “Mañías”, pues fue uno de los más polémicos que sólo se transmitió dos días al aire y en el CEN del PAN, como en “Amigos de Fox” se nos negó. Finalmente lo obtuvimos y nos reservamos la fuente. (Ver cuadros: Unidades de Análisis)

3) Posteriormente se diseñó una hoja de registro de datos, donde se anotaron los diferentes indicadores que corresponden a los cuatro valores democráticos observados (libertades democráticas, igualdad política, fraternidad o tolerancia y derechos individuales) y sus distintas tendencias (positivo, neutra o negativa).

Los 92 spots fueron analizados en repetidas ocasiones, a fin de generar fiabilidad respecto a la conceptualización previa de las categorías, realizada con base en diversos autores en el capítulo 1 y su correspondencia en el material observado.

Se utilizó como categoría extra: la de “formato”, para establecer el rumbo de la creatividad publicitaria, para su definición acudimos al español Juan Ignacio Rospir en el texto “La globalización de las campañas políticas”. (Muñoz-Alonso: 1999)

4) Los resultados fueron procesados con el programa estadístico SPSS.

3.3.4 Los Resultados y su Interpretación.

Explicación.

Los resultados acerca del uso de valores democráticos en las campañas políticas para la jornada electoral federal del día 2 de Julio de 2000 en México, se exponen a continuación. Cabe señalar que la metodología seguida consistió en exponer, en primera instancia, los datos concretos obtenidos por cada uno de los partidos y/o alianzas que comprende nuestro estudio (Alianza por el Cambio: PAN/PVEM; Alianza por México: PRD/PT/PSN/CD/PAS; y PRI) a la luz de la utilización, no utilización o utilización negativa, de los valores considerados básicos en el discurso democrático, tal como lo asentamos en el capítulo primero.

Dichos Valores, los hemos agrupado como sigue:

- 1) Libertades Democráticas
- 2) Igualdad Política
- 3) Fraternidad o Tolerancia
- 4) Derechos Individuales

Adicionalmente, se ha incorporado el análisis del tipo de formato utilizado en cada una de las campañas políticas sujetas a esta investigación, distinguiendo los siguientes subtipos: Titulares; Publicidad Negativa; Cinema Verité; Documental y Formato Mixto.

El análisis estadístico comprende así, en primera instancia, los resultados del grado de correspondencia / no correspondencia por parte de cada formación política, de los valores democráticos, operacionalizados previamente en variables.

En un segundo momento, se ha procedido al análisis comparativo entre los tres partidos antes referidos, a objeto de formular algunas inferencias sobre dichos resultados, a fin de estar en posibilidad de establecer su apego a los indicadores democráticos expuestos por algunos teóricos representativos de la teoría política democrática contemporánea.

Para la verificación de cualquier cifra, consultar el anexo.

1) **Libertades Democráticas.**

La libertad, considerada como un valor democrático por excelencia desde la filosofía política clásica, la hemos desdoblado en las siguientes modalidades:

- a) Pensamiento
- b) Expresión y Opinión
- c) Asociación
- d) Reunión
- e) Tránsito
- f) Empleo
- g) Religión
- h) Manifestación
- i) Sufragio.

Ahora bien, cada subtipo de libertad, fue manejado de muy diversa forma en los spots publicitarios de los partidos políticos, siendo unas elevadas en frecuencia, en tanto que otras, no admitieron tratamiento o éste fue de tipo negativo. A continuación expongo los resultados:

1.1. Tendencia Negativa en Libertades Democráticas

A contraluz del discurso democrático, los partidos políticos examinados incurrieron en publicidad política negativa de los mismos; por lo que se detectaron las tendencias negativas acerca del tratamiento de algunos valores, como lo son las libertades democráticas.

En efecto, el PRI recurrió a la tendencia negativa en el 56.8% de las veces; en tanto que el PAN lo hizo el 38% de las mismas; y por último, el PRD, en el 18.2%.

Puede inferirse que el PRD es el partido que se mostró más respetuoso y favorecedor de las libertades democráticas que los demás, en grado significativo; en tanto que el PRI mostró mayormente una tendencia negativa, tres veces superior al primero. En una posición equidistante, se ubica el PAN, cuyo índice tendencial negativo es importante (casi 40%) si consideramos que este partido siempre se ha preciado de fomentar la libertad del hombre en general, y las libertades democráticas en particular.

1.2. Comportamiento Específico por Partido Político

A) PRI

Este partido utilizó con una mayor frecuencia en sus spots, la libertad de Opinión (en un 38% de los casos en que se refirió al tema); seguido de la libertad de Empleo, en un 30%; siendo la libertad de manifestación expresada en el 13.5% de los casos.

Las otras libertades, de pensamiento, asociación y sufragio, no merecieron mayor atención, ya que no rebasaron el 10% del total; destacando en este sentido, la escasa importancia que

otorgó el Revolucionario Institucional a la libertad del sufragio (apenas un 5%), quizás en su apuesta de manejar el abstencionismo electoral, práctica que le rindió muy buenos resultados en el período de partido hegemónico.

B) PAN

El Partido Acción Nacional, privilegió en sus spots publicitarios la libertad del sufragio (representando un 56% del total referido a las libertades) por sobre las demás libertades; con una brecha significativa entre las mismas.

En efecto, las otras dos libertades que destacó mayormente, fueron las de Opinión (con un 14%) y de Manifestación (con el 12%), muy por debajo de la primera.

Muy por debajo, planteó las libertades de Asociación, Empleo, Pensamiento y Reunión, en orden decreciente que no representa ni el 10% del total.

Puede apreciarse un desnivel en el tratamiento de las diversas variables de las libertades democráticas, entendiéndose por la relevancia del proceso y la estrategia de triunfo electoral, el manejo desbordante de la libertad de sufragio hacia la población electora.

C) PRD

De manera similar al PAN, el Partido de la revolución Democrática hizo énfasis en la libertad de Sufragio, representando este el 50% del total; en tanto que la segunda en tratamiento frecuencial, fue la libertad de Opinión (18.2%).

Así, el sufragio y la formación de opinión conforman el acento de este partido en cuanto al fomento de libertades, representando ambas el 70% del total.

Por otra parte, las libertades de Asociación y Empleo, significaron cada una el 13.6% del total, representando entre ambas casi un tercio del total; por último, la libertad de pensamiento no representó sino el 5%, lo cual no es significativo.

D) Análisis Comparativo

El partido que menor tendencia negativa en el manejo de libertades democráticas obtuvo, fue el PRD, por tanto, éste partido fue el que más impulso y respeto mostró por este valor democrático, con un 82% en un sentido positivo.

Un tanto abajo del PRD, se encuentra el PAN, partido que alcanzó un 62% de pronunciamientos favorables a las libertades democráticas; por último, el PRI solamente llegó a un 43% en sus pronunciamientos positivos en el valor que nos ocupa.

Analizando por subtipos, encontramos que la libertad de Pensamiento fue mayormente abordada por el PRI (casi 11%), seguido por el PRD (4.5%), ubicándose el PAN en el último sitio, con el 2%. Lo anterior resulta un tanto paradójico, si se considera que el PRI, partido perdedor en la contienda electoral del año 2000, objeto de críticas por varias décadas de predominio, impulsó más esta libertad; y en el otro extremo, el PAN, partido ganador, casi no se refirió a ella.

En relación con la libertad de Opinión, sucedió una tendencia similar a la anterior, ya que el PRI se refirió, con mucho, de forma más significativa que los otros partidos (38% de las veces), en tanto que el PRD, el 18%, y el PAN, únicamente el 14% de las mismas, por lo que se hace extensivo nuestro comentario.

La libertad de Asociación, fue más tratada por el PRD que por los otros dos partidos, con el 13.6%; seguido por el PAN, con el 8%, y por último, el PRI, con el 2.7% de las veces. El resultado obedece a una lógica, por parte del PRD, de apoyo a las diversas asociaciones intermedias de la sociedad, ya que él mismo debe su origen a una conjunción de agrupaciones políticas y sociales, provenientes de la izquierda nacional.

En cuanto a la libertad de Empleo, el PRD se ubicó en una posición intermedia, (14%) abajo del PRI y arriba del PAN. Obviamente, el partido tricolor, PRI, enfatizó en ello, (con

el 30% de frecuencia) más que los otros partidos, ya que la crisis económica y la pérdida consecuente de empleos ocurridos de manera drástica en el sexenio zedillista, obligó a este partido a un discurso de recuperación económica; contrasta dicho tratamiento con el formulado por el PAN, cuyo candidato, Fox, sólo lo empleó en un 6%. La pérdida de credibilidad del priísmo frente a la ciudadanía es patente aquí.

La libertad de Reunión, mereció únicamente un 2% por parte del PAN, siendo ignorada por las otras dos formaciones partidistas; tal vez por su obviedad y falta de atractivo electoral.

La libertad de Sufragio, fue abordada mayormente por Acción Nacional, con un 56%, seguido por el PRD, con un también elevado 50%; finalmente, el PRI sólo se refirió a la misma en un escaso 5.4%, poco significativo.

Como antes se asentó, esta libertad fue más apoyada por los partidos de oposición, ya que el PRD la apoyó, positivamente, en el 18% de los casos; en tanto que el PAN lo hizo en el 7%. Por su parte, el partido oficial (entonces, el PRI), se mantuvo en este rubro al 100% neutral, tal vez bajo la tesis de que un mayor caudal de votos, daría el triunfo a cualquiera de las dos alianzas opositoras, lo que efectivamente ocurrió. La derrota del fantasma del abstencionismo (sí se observa que la votación fue del orden del 70%) benefició así, a la oposición.

Las cifras muestran que aún falta mucho por hacer en relación con el fomento de la libertad en todas sus expresiones, en nuestra cultura política democrática, así como en sus impulsores naturales relevantes, como lo son los partidos políticos, los que con frecuencia sacrifican este valor democrático en aras del marketing político exitoso.

2) Igualdad Política

La igualdad, valor básico de la democracia, postula que todo hombre, por serlo, tiene los mismos derechos naturales que el resto, siendo este criterio de equidad válido en términos de condiciones y oportunidades para todos los conciudadanos.

La Igualdad Política, la hemos desdoblado para nuestros fines de análisis según se expone a continuación:

- 1.- Igualdad frente a la Ley;
- 2.- Igualdad frente a la diversidad;
- 3.- Igualdad frente al Sufragio.

2.1 Tendencia Negativa de Igualdad Política

Las tendencias negativas se centraron en el indicador de igualdad frente a la diversidad, ya que los otros dos: igualdad frente a la ley y del sufragio, reflejaron únicamente una tendencia positiva, a excepción del PRI, quien no se manifestó ni a favor ni en contra de la igualdad de sufragio.

Así pues, la igualdad frente a la diversidad admitió un tratamiento negativo del orden del 68%, como promedio ponderado de los tres partidos analizados, PRI, PAN y PRD.

Analizando por partido político, se observa que el PRI obtuvo un mayor porcentaje en su tendencia negativa, con el 71%, frente al PAN y el PRD, quienes alcanzaron un 67% en dicho índice.

Ello refleja claramente que aún falta mucho por hacer en el fomento de una cultura de respeto a la diversidad y a la diferencia, por parte de los actores políticos fundamentales, como son los partidos políticos nacionales. A la diversidad cultural, social, étnica, lingüística, religiosa, económica e idiosincrática, la cual expresa el ser nacional, multicultural y pluriétnico.

2.1. Comportamiento Especifico por Partido Político

A) PRI

El Revolucionario Institucional se manifestó mayormente por la igualdad política frente a la ley, ya que este indicador ascendió a un 42% del total, siendo congruente con el programa e ideología del mismo.

Sin embargo, cabe señalar el debate actualmente existente en la pertinencia o no de este valor, ya que, en una sociedad diversa y plural como la mexicana, hablar en abstracto y en general de igualdad frente a la ley puede escucharse muy loable, pero no lo es tanto, v.gr. para las minorías étnicas, que luchan por el reconocimiento especial de sus derechos comunitarios, expresando asimismo el debate académico entre las posiciones filosófico-políticas que van del liberalismo a ultranza, hasta el comunitarismo, en el otro polo.

Asimismo, el PRI se manifestó en un 58% de las veces a la igualdad frente a la diversidad, pero lo hizo en el 100% de las ocasiones en un sentido negativo, en contraposición con sus propios programas y declaración de principios.

Por último, no se refirió, ni en sentido positivo ni negativo, a la libertad de sufragio, tal vez en atención a sus estrategias partidistas de triunfo electoral por otros medios diversos, como lo han sido en su largo predominio las políticas corporativas y clientelares.

B) PAN

Este partido se pronunció las más de las veces por la igualdad frente a la ley, en un 36.4% de las mismas, lo cual es significativo y similar al PRI.

En relación con la igualdad frente a la diversidad, se manifestó el 55% del total de veces, cifra alta que es preciso matizar, ya que de ese porcentaje, el 67% de las veces lo hizo con tendencia negativa a dicho valor, lo cual es peor a la neutralidad y refleja una posición contraria a la diversidad, por parte del partido y de su candidato, Vicente Fox.

Por último, la igualdad frente al sufragio alcanzó un 9% del total del rubro, lo cual es muy bajo y contrasta con la necesidad de incorporarlo, por parte de los partidos opositores al gobierno, como lo fue en esta ocasión el PAN.

C) PRD

El Partido de la Revolución Democrática, que enarbola las luchas históricas de la vieja y nueva izquierda mexicana, fue el que más fomentó el valor de la igualdad política, referida al sufragio, en sus spots televisivos de su candidato presidencial (Cuauhtémoc Cárdenas), ya que alcanzó un 33% del total frecuencial: en efecto, puede observarse a su candidato llamar a los electores a votar, a ejercer ese derecho en igualdad de condiciones, sin importar el sentido de su voto.

Asimismo, la igualdad frente a la ley alcanzó el 16.7% del total, cifra sensiblemente baja si se considera que es básico este valor para una izquierda democrática que lucha por un auténtico Estado de derecho.

Por último, la igualdad frente a la diversidad, mereció el 50% del total del rubro, destacando no obstante que el 67% de las veces, fue sentido negativo, de forma similar al PAN.

D) Análisis Comparativo

En perspectiva comparada, puede apreciarse que la igualdad política, valor democrático esencial que refleja en un grado significativo el proceso de democratización de una sociedad, así como de justicia social básica, aún dista de ser debidamente fomentada y estimulada por los partidos, al menos en lo relativo a la presente investigación.

Analizando por subtipos, la igualdad frente a la diversidad fue la que presentó una mayor tendencia negativa, ya que representa un 68% ponderado entre los tres partidos, lo que a

nuestro juicio es un verdadero foco rojo, dadas las condiciones de enorme diversidad y pluralidad existentes a nivel nacional.

En relación con la igualdad frente al sufragio, éste representó el 14% como promedio ponderado entre el PRI, PAN y PRD, (considerando que el PRI nunca se refirió a la misma) cifra que es realmente baja, si el objetivo es fomentar “un ciudadano, un voto”. Más bien, parece predominar la cultura política tradicional, corporativa y de grandes masas electoreras.

Por último, la igualdad frente a la ley, fue la más explícitamente promovida por los candidatos, en un 32% como promedio ponderado entre los mismos; el apearse al Estado de derecho es un principio de aceptación universal, que no resta votos al candidato que lo expresa.

3) Fraternidad o Tolerancia

Estos valores democráticos, considerados esenciales para una convivencia justa, equitativa e incluyente, se ha desdoblado en tres indicadores:

1. Respeto a las minorías
2. Inclusión de minorías
3. Respeto a la diversidad

En efecto, la inclusión de minorías es consustancial a la democracia consensual, en la que las mayorías no ejercen lo que Tocqueville denominó “tiranía de las mayorías”, imponiendo dicha voluntad sobre las minorías, a las que no se les considera en términos de participación, deliberación y toma de decisiones colectivas.

Por su parte, el respeto a la diversidad, a la diferencia, es un valor cada vez más demandado, siendo estudiado por autores tales como Alan Touraine. La sociedad

contemporánea es multicultural y pluriétnica, debiendo el Estado garantizar el respeto a dicha diversidad.

Así, los valores en cuestión admitieron los siguientes resultados:

3.1. Tendencia Negativa de Fraternidad o Tolerancia

Por lo que respecta a la Inclusión de Minorías, la tendencia positiva representó el 100% en los tres partidos analizados, por lo que no hubo manifestación negativa del mismo, significando un avance notable en el discurso de los diferentes candidatos y partidos en cuanto a la necesidad de incorporar a las minorías al desarrollo nacional.

No obstante, en relación con el Respeto a la Diversidad presentó una tendencia negativa promedio de 75%, lo cual resulta sintomático de la falta de inclusión de este indicador como algo normativamente necesario a nuestra naciente democracia.

Por partido, se observa que el PRI alcanzó una tendencia negativa en un 64%, representando una frecuencia alta, cifra que es superior en el PAN, con un 75%, y, por encima de ellos dos, por el PRD, quien se manifestó negativamente en un 86% de las veces, lo cual va en contraposición a sus documentos básicos y a su posición de partido de centro-izquierda.

3.2. Comportamiento Específico por Partido Político

A) PRI

Este partido, en relación con la Inclusión de Minorías, se pronunció, como ya se mencionó antes, el 100% de las veces en un sentido positivo, representando un total de 40 ocasiones, lo cual es positivo.

Sin embargo, en cuanto al respeto a la diversidad, solamente se manifestó el 36% a favor del mismo, lo cual es muy bajo.

B) PAN

En relación con la Inclusión y el Respeto de Minorías, se manifestó el 100% de las ocasiones de forma positiva; sin embargo, ambos indicadores representan solamente el 14% de la frecuencia total del rubro.

Por otra parte, el Respeto a la Diversidad absorbió el 86% de las veces, teniendo un pronunciamiento negativo del mismo en un 75%, lo cual es muy significativo y contradictorio, si se consideran los documentos del partido, así como los llamados de su candidato presidencial, Fox, al candidato del partido Democracia Social, -Rincón Gallardo- a sumarse a su campaña y posteriormente, a su gabinete de trabajo, siendo que este último partido sostiene una defensa a ultranza de ambos indicadores.

C) PRD

Este partido se manifestó el 100% de las ocasiones de forma favorable a la Inclusión de Minorías; sin embargo, no tocó el tema de respeto hacia las mismas.

De otra parte, el Respeto a la Diversidad, que abarcó el 64% del total frecuencial, mereció un tratamiento negativo en un 86% de las veces, superando a los otros dos partidos, resultando ello contradictorio con sus programas, y Declaración de Principios, así como frente a las expectativas sociales sobre un auténtico partido moderno de izquierda.

D) Análisis Comparativo

En el rubro de Inclusión y Respeto de las Minorías, resulta positivo en la totalidad de los casos y partidos, quienes se manifestaron a favor del mismo; no obstante, en relación con el Respeto a la Diversidad, destaca el hecho de que el PRD fue el partido que se expresó de forma negativa en más ocasiones; y el PRI, el que menos veces hizo lo propio, quedando Acción Nacional entre ambos.

Ello muestra cierta congruencia con el pasado del PRI, el cual surgió como partido multclasista y multisectorial, hegemonizando a la sociedad nacional durante décadas, lo que se reflejó de alguna manera en su discurso de campaña.

4) Derechos Individuales

Este valor democrático por excelencia, respeto a los derechos humanos, lo hemos dividido en los siguientes apartados:

1. Derechos individuales de Igualdad y No Discriminación
2. A la Vida
3. Ausencia de Servidumbre
4. De Libertad y Seguridad Personal
5. De Protección de la Vida privada
6. De Educación
7. De Información.

Los resultados del análisis de spots son los siguientes:

4.1. Tendencia Negativa en Derechos Individuales ..

En cuanto a la Igualdad y No Discriminación, se observó una tendencia negativa promedio de 29%, lo que se considera significativo. Analizando por partidos dicha tendencia, vemos que el PRI se manifestó el 21% de ocasiones en su contra; en tanto que el PAN lo hizo en el 67% de oportunidades; y por último el PRD, en ninguna ocasión se pronunció en contra de este valor.

Se aprecia así una polarización entre el PAN y el PRD, ya que éste último siempre se manifestó a favor de la igualdad y no discriminación, en tanto que aquél, se pronunció negativamente cerca del 70% del total frecuencial.

En cuanto a la Libertad y Seguridad Personal, todos los partidos se pronunciaron en forma positiva en un 100%, por lo que no se registra tendencia negativa alguna.

En relación con el derecho a la Vida, se observa una situación similar a la anteriormente expuesta, ya que ningún partido se pronunció en forma negativa, todos lo hicieron de manera positiva en un 100%

En lo que respecta a la Ausencia de Servidumbre, solamente el PAN se pronunció, y lo hizo en forma positiva en el 100% de las ocasiones.

En cuanto a la Protección a la Vida Privada, tanto el PRI como el PAN se manifestaron en forma negativa el 100% de las ocasiones, en tanto que el PRD no tuvo pronunciamiento alguno, lo cual es de gran significación, ya que muestra su falta absoluta en el discurso político.

En referencia al derecho a la Educación de los mexicanos, todos los partidos se pronunciaron de forma positiva en el 100% de las ocasiones, siendo un derecho y demanda social muy sentida a nivel nacional.

Por último, en cuanto al derecho a la información, tanto el PRI como el PAN, se manifestaron favorablemente el 100% de ocasiones, en tanto que el PRD no tuvo ningún pronunciamiento al respecto.

4.2. Comportamiento por Partido Político

A) PRI

Analizando por partido político, se observa que el Revolucionario Institucional se pronunció la mayoría de las veces por el derecho de Igualdad y No Discriminación, en un 37% del total frecuencial del rubro; siguiendo el relativo a la Libertad y Seguridad ciudadanas, en un 22% de las veces; y el derecho a la información, en un 20% de las ocasiones, por lo que estos tres rubros fueron los más abordados.

No obstante, se manifestó negativamente el 21% de las ocasiones en torno a la igualdad y la no discriminación, y el 100% de veces, en relación con la protección de la vida privada.

El derecho a la Educación mereció casi el 14% del total, lo que no es elevado, siendo además polémico, por cuanto a la oferta de que cada estudiante tendría que aprender inglés y computación.

Por último, el derecho a la protección a la vida privada, significó el 4% del total, en forma negativa, como se estableció anteriormente.

B) PAN

Acción Nacional se pronunció la mayoría de las veces por los derechos de Libertad, con un 28% de las veces; en tanto que los valores de Educación y de Igualdad significaron cada uno el 28% del total frecuencial.

De lo anteriormente expuesto, se aprecia una correlación lógica entre el valor de libertad con los principios doctrinarios que ha enarbolado este partido; lo mismo puede decirse del valor educativo; no obstante, creemos que la igualdad está encaminada y representada más bien por otras fuerzas políticas.

Los valores que obtuvieron resultados inferiores son: no servidumbre o tortura y protección de la vida privada (8%); y por último, el derecho a la información, a la vida (ambos con el 4%).

C) PRD.

Este partido concentró sus esfuerzos en el rubro de Educación, con el 41% del total de casos revisados, siendo congruente con sus documentos y aspiraciones sociales de educar para la libertad y la igualdad en los ciudadanos.

En efecto, la Igualdad mereció un segundo sitio en el tratamiento evaluativo (29%), ya que un valor esencial de la democracia es la igualdad de oportunidades y condiciones de vida entre los ciudadanos.

Sobre los demás valores: ausencia de servidumbre y tortura; protección de la vida privada y a la información.

D) Análisis Comparativo.

En el Valor de Igualdad y No Discriminación, el PRD sostuvo un comportamiento positivo al 100%, lo cual contrasta con el PAN, el que sólo obtuvo aquí un 33% positivo, y el PRI, con el 79%. Resulta congruente con los idearios de dicho partido.

En cuanto a la Libertad y Seguridad Personal, todos los partidos se manifestaron positivamente, al 100%, lo cual denota la urgente necesidad de luchar por las mismas, y su atención por parte de las campañas políticas partidistas.

En relación con el derecho del respeto a la Vida, se dio otra situación similar a la anterior, ya que todos los partidos se manifestaron a su favor en un 100%

En cuanto a la Ausencia de Servidumbre y Tortura, sólo el PAN se manifestó, en un 100% de forma positiva.

En referencia a la Protección de la Vida privada, cabe señalar que tanto el PRI como el PAN se manifestaron negativamente en un 100% de los casos. El PRD no tuvo pronunciamiento sobre la materia.

En el valor de Educación, se observó un pronunciamiento positivo en un 100% de los casos en los tres partidos analizados, no existiendo ningún inconveniente de los candidatos por favorecerla.

Por último, el derecho a la Información fue abordado positivamente por el PRI y el PAN en el 100% de los casos; sólo faltando el PRD por pronunciarse al respecto.

3.3.5 Resultados: algunas especificaciones

PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL (PRI)

A) FORMATO

Respecto a los formatos de los spots, utilizados por el PRI, observamos que en algunos casos se emplearon más de una de las modalidades, en el mismo spot.

1) El formato “titulares”, que se refiere al uso en conjunto de frases publicitarias o slogans como base de la creatividad del mensaje, se empleó en el 35% del total.

2) El formato “publicidad negativa”, que se refiere a los mensajes con llamados a lo irracional, a los prejuicios raciales, culturales y sociales, que se comercializan como ideas políticas. También consideramos como publicidad negativa a aquella que critique o trate de reducir la imagen positiva, señalando errores o adjudicando responsabilidades de errores, del candidato adversario; se presentó en el 40% de la muestra analizada.

3) El formato “cinema verité”, en el que se describe la vida diaria del candidato, se utilizó en el 7.5% de los casos.

4) El formato “documental” elaborado sobre la biografía política del candidato, se utilizó en el 7.5% de los mensajes observados.

5) Respecto al formato mixto en su modalidad de “personas en la calle”, se utilizó en el 12.5% del total de los mensajes.

6) También en la categoría de formato “mixto”, pero en la modalidad de “testimonios”, se utilizó en el 7.5% de los casos.

7) La modalidad “independiente” de formatos “mixtos”, no fue utilizada.

El formato mixto en conjunto suma en 20% de los mensajes observados.

B) TRATAMIENTO DE LA IDEA “VOTO”

El PRI se caracterizó por omitir al máximo, la recomendación de votar, sólo el 5% del total de los mensajes hizo mención del tema y en ese pequeño porcentaje, pidió que se votara por él.

C) CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS CON TENDENCIA NEGATIVA

Categoría:

1) Libertades democráticas

Subcategorías: Libertad de pensamiento

Libertad de expresión y opinión

Libertad de asociación

Libertad de manifestación

2) Igualdad Política

Subcategoría: Igualdad frente a la diversidad

3) Fraternalidad o tolerancia

Subcategorías: Respeto a la diversidad

4) Derechos Individuales

Subcategorías: Igualdad y no discriminación

Protección a la vida privada

D) CATEGORÍAS QUE NO SE ABORDARON EN FORMA ALGUNA

Categoría

1) Libertades Democráticas

Subcategorías: Libertad de reunión

Libertad de tránsito

Libertad de religión o credo.

2) Igualdad Política

Subcategoría: Igualdad frente al sufragio

4) Derechos Individuales

Subcategoría: Garantías de los infractores

Ausencia de servidumbre y tortura

E) CARACTERÍSTICAS GENERALES

El 100% de la producción de los spots analizados fue realizada en estudio o sets previstos para cada caso; asimismo se usaron imágenes de los debates, fotos o imágenes transmitidas en los noticieros, para sumar significados específicos a los spots. Todo ello significa un gasto más elevado en la producción. Cabe señalar que la estrategia creativa cambió en tres ocasiones, dando por resultado una campaña confusa.

ALIANZA POR EL CAMBIO (P A N)

A) FORMATO

Respecto a los formatos utilizados por la Alianza por el Cambio, encabezada por el PAN, observamos que en el 13.5% del total de los casos, se emplearon más de una de las modalidades en el mismo spot.

1) El formato “titulares”, que se refiere al uso en conjunto de frases publicitarias o slogans, se empleó el 33.3% de los mensajes analizados.

2) El formato “publicidad negativa”, que se refiere aquí a todos los mensajes que contengan llamados a lo irracional, a los prejuicios raciales, culturales y sociales, que se comercializan como ideas políticas. También consideramos como publicidad negativa a aquella que critique o trate de reducir la imagen positiva, señalando errores o adjudicando responsabilidades de errores, del candidato adversario; se presentó en el 60% de la muestra analizada. La Alianza por el Cambio se caracterizó por un fuerte uso de la publicidad negativa.

3) El formato “cinema verité”, en el que se describe la vida diaria del candidato, se utilizó en el 3.3% del total de la información analizada.

4) El formato “documental” elaborado sobre la biografía política del candidato no se utilizó.

5) Respecto al formato “mixto” en su modalidad “personas en la calle”, se utilizó en el 13.3% del total de los spots.

6) También en la categoría de formato mixto, pero en la modalidad de “testimonios” se utilizó en el 10% de los mensajes analizados.

7) La modalidad “independiente” de formato mixto no fue utilizada.

El formato mixto en conjunto suma en 23% de los mensajes observados.

B) TRATAMIENTO DE LA IDEA “VOTO”

El PAN se caracterizó por su permanente invitación al voto ya que en el 96% de los mensajes analizados encontramos esta información; siendo así, la Alianza por el Cambio fue la coalición más preocupada por que se emitiera el sufragio. Y en el 6.6% del total de los casos se refirió en tono imparcial y altamente democrático respecto al derecho y la libertad de votar.

C) CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS CON TENDENCIA NEGATIVA

Categoría:

1) Libertades democráticas

Subcategorías: Libertad de pensamiento

Libertad de manifestación

Libertad de asociación

Libertad de reunión

Libertad de expresión y opinión

2) Igualdad Política

Subcategoría: Igualdad frente a la diversidad

3) Fraternalidad o tolerancia

Subcategorías: Respeto a minorías

Respeto a la diversidad

4) Derechos Individuales

Subcategorías: Igualdad y no discriminación

Protección a la vida privada

C) CATEGORÍAS QUE NO SE ABORDARON EN FORMA ALGUNA

Categoría

1) Libertades Democráticas

Subcategorías: Libertad de tránsito

Libertad de religión o credo.

4) Derechos Individuales

Subcategoría: Garantías de los infractores.

D) CARACTERÍSTICAS GENERALES

El 100% de la producción de los spots analizados, fue realizada con una estrategia creativa clara y unificada, con grabaciones en estudios y sets previstos para cada caso; asimismo, se usaron imágenes de los debates y de los noticieros, además de fotos, para sumar significados específicos de acuerdo a la estrategia. Todo ello se traduce en un gasto más elevado en la producción.

ALIANZA POR EL CAMBIO (P R D)

A) FORMATO

Respecto a los formatos utilizados por la Alianza por México, encabezada por el PRD, observamos que en el 31.8% del total de los casos, se emplearon más de una de las modalidades en el mismo spot.

1) El formato “titulares”, que se refiere al uso en conjunto de frases publicitarias o slogans, se empleó el 81.8% de los mensajes analizados.

2) El formato “publicidad negativa” se presentó en el 40.9% de los casos. Sin embargo observamos que la publicidad negativa empleada se concretó a tratar de reducir la imagen del adversario sin desplegar nunca lo negativo a los grados utilizados por el PRI y el PAN.

3) El formato “cinema verité”, en el que se describe la vida diaria del candidato, se utilizó en el 4.5% del total.

4) El formato “documental” no se utilizó.

5) Respecto al formato “mixto” en su modalidad “personas en la calle” fue empleado en el 22.7% del total de los spots analizados.

6) Se aprecia que la modalidad “testimonios” del formato mixto se uso en el 4.5% del total.

7) La modalidad del formato mixto llamada “independiente” no se utilizó.

El total del formato mixto alcanzó el 27.3%.

B) TRATAMIENTO DE LA IDEA “VOTO”

En cuanto a la idea de voto, la Alianza por México, se refirió a ella en el 40.9% del total de los mensajes observados, con el propósito de invitar a votar por ellos; también, en el 9% de los mensajes se hizo referencia al voto, resaltando la importancia de votar, con un sentido imparcial y altamente democrático.

C) CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS CON TENDENCIA NEGATIVA

Categoría:

1) Libertades democráticas

Subcategoría: Libertad de expresión y opinión

2) Igualdad Política

Subcategoría: Igualdad frente a la diversidad

3) Fraternidad o tolerancia

Subcategoría: Respeto a la diversidad

D) CATEGORÍAS QUE NO SE ABORDARON EN FORMA ALGUNA

Categoría

1) Libertades Democráticas

Subcategorías: Libertad de reunión

Libertad de tránsito

Libertad de religión

Libertad de manifestación

2) Fraternidad

Subcategoría: Respeto a minorías

4) Derechos Individuales

Subcategorías: Ausencia de Servidumbre y Tortura

Protección de la Vida Privada

Derecho a la Información.

E) CARACTERÍSTICAS GENERALES

El 90.9% de la producción de los spots analizados fue hecha retomando imágenes y partes de los discursos emitidos por Cuauhtémoc Cárdenas en plazas públicas durante los mítines; los spots que recurrieron a grabaciones en estudio alcanzaron sólo el 9%. Lo anterior significa un gasto menor en cuanto a producción, pues se aprovecharon las imágenes de los mítines. Cabe señalar que la estrategia creativa fue pobre y dependió más del material disponible que de un plan previamente concebido.

**PALABRAS FINALES
(CONCLUSIÓN)**

PALABRAS FINALES: "ENTRE ZORRAS Y ERIZOS"

(CONCLUSIÓN)

"Las zorras saben muchas cosas,
pero el erizo sabe una
importante"

Arquilocos, poeta griego.

(Cfr. Berlin: 1953)

Podemos pensar que si el discurso publicitario, durante las campañas electorales transforma su modalidad asertiva a negativa; si los valores de la democracia, defendidos en los numerosos discursos políticos "serios" de los candidatos, dejan de tener referencia en el discurso de la publicidad política competitiva, puede deberse simplemente a la intención de ser congruente con las enseñanzas de Maquiavelo y el legado del gran "asesor de marketing político" de Hitler: Goebbels; sin olvidar a los sofistas retratados por Platón en sus diálogos.

Sin embargo, más allá de cualquier posible especulación, nuestra investigación nos coloca en la posición de poder declarar que el apego a los valores de la democracia estuvo muy lejos del discurso publicitario de las campañas políticas del 2000, lo que manifiesta claramente una profunda incongruencia entre, por un lado, las pretensiones democráticas manifiestas en los planes y programas de gobierno y, por otro, las actitudes, conductas y declaraciones altamente antidemocráticas de los aspirantes al Ejecutivo en la arena competitiva de la publicidad política televisiva.

Así, la lectura de los diversos analistas de las democracias realmente existente, que llevamos a cabo para dar sustento teórico a este trabajo, nos permite comprender que la

democracia sustantiva conlleva, entre otras muchas condiciones, que la participación, la tolerancia, la pluralidad lleguen a nuestro hogar, a nuestras relaciones afectivas y pragmáticas, y por supuesto al discurso publicitario en las campañas. No importan las cosas dichas en los discursos de cualquier tipo, importa que la opinión, la actitud y la conducta democráticas atraviesen horizontal y verticalmente a nuestra sociedad entera.

Prometimos, desde el inicio una reinterpretación de los datos y contextos interpretados, en el cuerpo de este escrito. Nos daremos pues a esta labor.

A lo largo del primer capítulo, como señalamos antes, revisamos diversos autores que nos ofrecieron la posibilidad de dibujar los criterios de lo que significa la democracia y sus indicadores en las democracias realmente existentes, a pesar de la múltiples aristas que conlleva la democracia como forma de gobierno y como paradigma globalizador, nos atrevimos a presentar un cuadro que define un modelo empírico de democracia, con base en los autores señalados. (Ver capítulo 1: Democracia con adjetivos)

Aún cuando el cuadro sintético, puede omitir información que a criterio de otros resulte fundamental, nos permitió observar los indicadores necesarios para determinar por una parte, la ubicación de nuestro país en el panorama democrático y, por otra, saber qué buscar en la publicidad política.

En el capítulo dos, nos enfrentamos a una serie de asimetrías y diferenciales que daban ventajas y oportunidades a simple vista, al Partido Revolucionario Institucional, las que a la luz de los resultados de la elección, se transformaron en auténticas paradojas: pese a tener la mayoría de los recursos económicos y políticos y haber tenido un gran despliegue de sus recursos simbólicos en el sistema massmediático, el PRI sucumbió en las urnas ante el hartazgo de la sociedad mexicana y las exigencias democratizantes del entorno económico global. Así, 70 años de corporativismo, clientelismo y alquimia electoral se intentaron

disfrazar a la moda, colocando en la escena las prácticas del marketing político, dando lugar a un híbrido, muy a la mexicana, entre las campañas tradicionales y las planeadas estratégicamente. El protagonismo del sistema massmediático mexicano, resultó más que claro dando por resultado otra paradoja: unos vencedores no previstos: Televisa y TV Azteca, entre otras, empresas mediáticas que sumaron fuertes cantidades de dólares a su capital, de por sí ya considerable.

En el capítulo tres, observamos la publicidad política como issue de la Comunicación política, y como una parte del diseño de una campaña electoral. Asimismo, como dicha publicidad atiende a la lógica de los juegos del lenguaje, que podemos decir ahora se generan como un uso específico de los indicadores democráticos, evaluados en esta investigación, de tal manera que las supuestas reglas democráticas de las elecciones, encuentran un espacio simbólico de libertad, casi anarquía, en el ámbito publicitario.

Así, se retoman los recursos económicos, políticos, simbólicos de los actores y partidos, como verdaderos misiles, a favor o en contra, en la contienda por el poder más codiciado, hasta ahora, en el país: el Ejecutivo Federal.

Aquí, también, mediante el diseño de un instrumento de investigación, observamos que los contraindicadores de los valores de la democracia más frecuentes fueron los que atentan contra: la libertad de expresión y opinión; la igualdad frente a la diversidad y la tolerancia en su indicador de respeto a la diversidad. Podemos dar cuenta de lo anterior, a través de la publicidad negativa, que se entiende aquí como un formato creativo con llamados a lo irracional, a los prejuicios raciales, culturales y sociales que se comercializan como ideas políticas, y que también consiste en etiquetar negativamente al adversario, a partir de sus características y errores, con la intención de ridiculizarlo y reducir su imagen. Observamos que las campañas de los tres principales protagonistas (PRI, AC, AM) de la contienda

electoral del 2000, se recrean ampliamente en lo anteriormente descrito, baste recordar las siguientes frases: "...me ha dicho mariquita, chaparrito, mandilón, "la vestida"."; "Labastida tiene nuevas mañas", mientras en la imagen se observa a Labastida cargando a Montiel, aludiendo así a una supuesta homosexualidad; o bien "que no te cuente historias", y enseguida la imagen de Fox al equivocarse en la fecha de la expropiación petrolera, etcétera. Así, detrás de estos juegos del lenguaje existe una mayor o menor dosis de intolerancia y descalificación que se refleja como discriminación transferida, de minorías o grupos, por ejemplo de los homosexuales, o de los desinformados.

Respecto al marco teórico de la democracia abordado en el capítulo 1, en el que se recupera el pensamiento, así como los valores e indicadores en los que confluyen los autores contemporáneos representativos de la misma (Robert Dahl, Adam Przeworski, Juan Linz, Guillermo O'Donnell, Alan Touraine, David Beetham y Giovanni Sartori) puede afirmarse que dichos especialistas coinciden en señalar como indicadores de las democracias realmente existentes los siguientes: respeto a los derechos civiles y políticos; libertad de asociación, expresión, reunión y sufragio; además la tolerancia y la pluralidad. En efecto, la observancia de estos valores representa los supuestos "mínimos" de todo régimen político que se precie de ser democrático; así, al confrontar estos postulados con nuestros resultados se aprecia que el discurso publicitario de los candidatos de la contienda electoral del 2000, contravino en grado significativo los valores democráticos, ya que entre los tres adversarios (PRI, AC, AM) se pronunciaron en sentido contrario a diez (de los 23) de los postulados inherentes a la democracia, lo cual representa casi la mitad (47%) de los indicadores revisados.

Estos resultados, contradictorios, reflejan en principio una gran paradoja de las campañas políticas: mientras más se maneje el discurso no-democrático, mayores posibilidades de ganar una elección democrática, lo cual nos parece un sinsentido.

El hecho de que en la publicidad política, del proceso aludido, no se haya respetado el discurso de la democracia, puede deberse a nuestro juicio, a una de las dos siguientes razones: 1) seguimos en un régimen autocrático; manteniendo los “aparatos de poder autoritarios” de los cuales nos habla Przeworski; o en su caso, en la congelación de un régimen híbrido (Schmitter), en el que no se alcanza el mínimo procedimiento democrático, pero que no regresa al status quo anterior. En este escenario predominaría la ambigüedad institucional (Cansino), por así convenir al nuevo régimen: a veces de “fachada democrática”, a veces, veladamente o abiertamente autoritario. 2) Nos encontramos en un periodo franco de transición, en donde se confunde prácticas políticas y discursos democráticos con los no-democráticos. En este escenario, México se ubicaría como un régimen político de democracia no consolidada (Schmitter), caracterizado por estar condenado a la democracia, pero sin poder gozar de ella, al no existir el juego justo entre los actores políticos; ni los acuerdos generales de civilidad política.

Asimismo, Juan Linz afirma que en un régimen democrático se garantiza **la competencia libre y no violenta entre los líderes para obtener votos**; aquí, sabemos que la violencia se puede manifestar no sólo en su forma física-material, sino también en forma psicológica-simbólica, la que claramente advertimos en el juego de descalificaciones, diatribas, etiquetas y escándalos entre los protagonistas de la elección sujeta a estudio, misma que se dio en la publicidad política en la fase competitiva de las campañas.

También, retomando el marco normativo-democrático abordado en la investigación, respecto al análisis contextual (es decir más allá de la publicidad política estudiada aquí),

Robert Dahl señala que en un régimen democrático, se **garantizan los derechos de los líderes políticos a competir en busca de votos**. Si bien estos derechos son consagrados “de jure” en nuestro sistema electoral, se aprecia que, “de facto”, predominan los acuerdos cupulares y autodesignaciones de los líderes que cuentan con mayores recursos de poder (sobre todo económicos), haciendo nulos los derechos de la mayoría de líderes que carecen de los mismos.

Lo anterior pudo observarse claramente con Vicente Fox, que se subió al carro electoral del PAN, superponiéndose y rebasando a la estructura de dicho partido, así como a sus líderes más reconocidos. En el caso de Cárdenas, del PRD, que algunos califican de “caudillo”, por tercera ocasión presentó su candidatura presidencial, en detrimento del derecho de otros líderes del partido a asumir dicho compromiso político.

En el PRI, por su parte, llegó el candidato Labastida, tras un proceso interno de simulación de elecciones “primarias”, a sabiendas de que era de antemano, el candidato favorito del entonces presidente Zedillo. Con ello se canceló el derecho de otros liderazgos a competir en busca de votos.

Otro supuesto democrático es la **diversidad de fuentes de información**, lo señalan así Dahl y O'Donnell. En México, la equidad cuantitativa y cualitativa que refleja el tratamiento de la información partidista (dentro y fuera del periodo de elecciones) por los diferentes medios impresos y electrónicos, sigue siendo un problema, como lo explican las diferentes investigaciones consultadas (ver capítulo 2).

Asimismo Robert Dahl afirma, que otro indicador democrático, es la existencia de **instituciones que garanticen que la política del gobierno dependa del voto**, en este punto parece ser que se ha avanzado al observar la existencia de al menos tres instancias fundamentales en los procesos electorales: IFE (Instituto Federal Electoral); TRIFE

(Tribunal Federal Electoral, dependiente del poder judicial de la federación); y la Fiscalía Especial de Delitos Electorales, que depende de la PGR.

Aún así, estas instituciones poco o nada pueden hacer frente a los votos corporativos y clientelares, que persisten en el contexto nacional.

Por último, nos referimos a la noción de **institucionalización de la incertidumbre** de Adam Przeworski, la cual estipula que ningún actor político, ni candidato a ningún cargo de elección popular, tanto del Ejecutivo como del Legislativo, conoce de antemano los resultados de las elecciones: de lo contrario, no habría tal democracia, sino su simulación. Dicha situación de incertidumbre predominó en la elección presidencial del 2000; sin embargo el reto será a nuestro juicio, “institucionalizarla” para las futuras elecciones, lo contrario significaría una “regresión autoritaria”, según hemos visto.

Por otra parte, más allá del análisis de la publicidad política, el tema tratado, nos condujo a reflexionar sobre la situación de nuestro país respecto al panorama democrático. Dichas reflexiones, las agrupamos en los siguientes cinco puntos:

1) México se incluye entre los países latinoamericanos que pugnan entre los avances democráticos y las regresiones autoritarias. En efecto el 2 de julio del año 2000 significó un gran avance en términos de transición política hacia la democracia electoral. Sin embargo, aún en este nivel (político-electoral) ha sido insuficiente el paso dado, ya que en la escala local se siguen observando las viejas prácticas caciquiles (v.gr. Tabasco), constituyendo a ciertas regiones del país en verdaderos enclaves autoritarios. Por ello, la celebrada transición democrática quedó acotada a ciertas dimensiones y escalas políticas de la nación, predominando así la ambigüedad y la combinación dialéctica democracia-autoritarismo, según se analizó en el primer capítulo.

Por ello, y suponiendo como lo hacen numerosos tratadistas (Cancino, Lujambio, Woldenberg, Silva-Herzog, Crespo, entre otros) que el 2 de julio de 2000 México culminó su ya larga transición hacia la democracia, aún faltaría la transición cultural hacia la misma; esta última de mucho mayor duración y complejidad, en virtud de la necesaria educación de la sociedad civil y política, en los valores y principios democráticos.

Dicha cultura democrática constituye pues la introyección, práctica cotidiana y proyección masiva de los valores, principios y el ethos propios de una auténtica democracia sustantiva; tales como la libertad, la igualdad, la tolerancia, el pluralismo, la legalidad, la solidaridad social, el respeto a la diferencia y a los derechos humanos, la participación, la cultura dialógica y deliberativa, la autonomía de las diversas asociaciones y corporaciones frente al Estado, la madurez y corresponsabilidad cívica, y en fin, aquellos otros que otorgan validez y existencia de pleno derecho a la ciudadanía.

Así pues, la construcción de ciudadanía cívica y democrática, es un gran pasivo hacia la verdadera consolidación democrática, que vuelve más difícil y lejana cualquier tentativa de regresión autoritaria, al dismantelar definitivamente el viejo régimen.

2) En segundo término, se aprecia que el dos de julio del 2000 es el año de la alternancia: después de 70 años ininterrumpidos de detentar el poder a través de la presidencia de la república, el PRI se vio forzado a abandonarla. El solo hecho es de suyo relevante, ya que la alternancia es una condición necesaria, aunque no suficiente, para que exista la democracia.

Ahora bien, las transiciones democráticas pueden ser “pactadas”, o bien, “votadas”, queda en México este asunto por esclarecer, ya que, si bien existe un consenso en relación a que fue “votada”, es decir, por medio de las urnas y los votos, existe otra versión de que más

bien fue “pactada” entre las élites políticas nacionales; encabezando dicho proceso el entonces presidente de la república, Ernesto Zedillo.

Esta última versión presume que existen indicios, como el hecho de no haber dado todo el apoyo del aparato gubernamental y del partido al candidato Francisco Labastida. Así se habrán dejado de dar ciertos apoyos y prácticas de campaña que en otras ocasiones habían garantizado al PRI los triunfos electorales, en todos los niveles, llegando muchas veces a la obtención del “carro completo” mediante la maquinaria Presidente-Partido-Gobierno.

3) Una tercera reflexión, sería en el sentido de que no existe una correlación directa o contundente entre mayores y mejores recursos (económicos; simbólicos y políticos en términos de distribución de poder) y triunfo electoral, al menos en la coyuntura objeto de análisis. Lo anterior, en razón de que, no obstante que el PRI contó con grandes recursos de todo tipo, posicionándose con ventaja en la relación asimétrica con respecto de los otros partidos y alianzas, así como entre candidatos: los recursos no guardaron una relación directamente proporcional con los votos emitidos, por el contrario la derrota del PRI fue contundente.

Observamos que habrá que matizar la posición de ventaja del PRI, sobre todo en el ámbito de los recursos simbólicos o capital simbólico. Dicho partido, a lo largo de su campaña tuvo una presencia mediática más incisiva en términos cualitativos y cuantitativos, que los otros (véase Capítulo 2), sin embargo, existió un desfase respecto a sus efectos en la ciudadanía, que se explica por la imagen erosionada del otrora partido oficial, las causas, entre otras: la pérdida de eficacia en la conducción de la economía, la elevada tasa de desempleo, la corrupción, el incremento de la pobreza y la inseguridad. Los errores y consecuencias negativas del prisma de 70 años fueron más bien capitalizados simbólicamente por Vicente Fox en su campaña, a través de una estrategia maniquea de

polarización, donde el PAN y Fox se erigieron como la alternativa “buena” frente a los “malos” del PRI.

Asimismo, las elecciones primarias del PRI, funcionaron más como recurso simbólico negativo para dicho partido, ya que dicho proceso, en vez de fungir como un evento de legitimidad para el candidato triunfante y de alarde de unidad interna del partido, devino exactamente en lo contrario. El desaseo del proceso de elecciones primarias, sumado al encono entre los precandidatos y la publicidad negativa, concluyeron en una fractura interna entre las élites del partido, la que redundó en una descoordinación, o en ocasiones en una franca rebeldía, de grandes núcleos y huestes del partido de cara a la elección presidencial.

4) Otra reflexión, es que las campañas electorales en México, en la coyuntura en análisis, son a la vez efecto y causa de la transición política. Así, las campañas, desde la perspectiva de su diseño y planeación mostraron (sobre todo en los casos del PRI y la Alianza por México) que se distinguen por la misma ambigüedad que los procesos de transición a la democracia: coexisten las prácticas tradicionales, las que tienen sedimento en “los tiempos del PRI”, con las formas modernas que conllevan la irrupción de la mercadotecnia política y la planeación estratégica.

5) La utilización del marketing político se hace evidente en nuestro país, en el momento en que el sistema de partidos pasa de ser hegemónico a otro de tipo competitivo en la década de los noventa. Cumpliéndose así una de las premisas democráticas anotadas por Adam Przeworski, que señala la necesidad de institucionalizar la incertidumbre en los periodos electorales.

Muchas y variadas pueden ser las reflexiones, nosotros planteamos las anteriores como algunas de las relevantes. Nuestra investigación, además de ofrecernos respuestas sobre la

utilización del discurso democrático como insumo del discurso publicitario, y algunos de los rasgos de México respecto a sus logros democráticos; también nos abre un amplio espectro de dudas, preguntas e inquietudes, entre las cuales señalamos las siguientes:

1) Nos preguntamos si en los países de gran tradición democrática (v.gr. EUA, Francia, Inglaterra, etc.), las campañas electorales también se convierten en un espacio simbólico libre, o anárquico, en el que es válida cualquier estrategia que por el prurito del triunfo, se justifiquen las declaraciones y las conductas contrarias a la tolerancia, al respeto, a la diversidad o pluralismo, entre otros rasgos democráticos

2) ¿Es real que el ciudadano común sólo atiende a los mensajes políticos espectacularizados (escándalos, controversias, acusaciones y descalificaciones entre actores políticos)? ¿La única manera de crear interés en la política es volverla espectáculo?

3) Respecto al PRI, observamos el mal diseño de su campaña mediática, que funcionó más por ensayo y error que bajo una estrategia sistemática y con base en la investigación de los mercados electorales. ¿Esta puede ser, realmente, una de las causas de su derrota electoral?

Dicho de otro modo:

4) ¿La Alianza por el Cambio triunfó por su largo periodo de precampaña y por el buen diseño estratégico de la campaña electoral?

5) ¿El éxito de la publicidad negativa, como recurso de las campañas electorales del 2000, da cuenta de la ausencia de cultura política en la ciudadanía mexicana?

6) Los discursos, de Cuauhtémoc Cárdenas, más respetuosos de los valores democráticos según señala nuestra investigación ¿Por qué tuvieron menor impacto en las urnas?

- 7) ¿Qué tan verdadera resulta la frase que reza: “si no está en los medios de comunicación no existe” que podemos transformar en “si no se está en los medios no se obtienen votos”?
(Pensemos en los candidatos Manuel Camacho y Gilberto Rincón Gallardo)
- 8) ¿El costo económico del periodo de campaña, de todos los partidos, se justifica en términos de beneficio democrático?
- 9) ¿Hasta qué punto, el resultado de la elección del 2 de julio del 2000, responde a las presiones de corte internacional para incluir a México en los grandes proyectos económicos propios de la globalización? (Recuérdese el pacto con la Unión Europea y su cláusula de democratización)
- 10) Finalmente, ¿Fox ganó las elecciones porque la maquinaria del PRI, no pudo o porque no quiso dar otro final a la contienda electoral?

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- Acosta Valverde, Miguel. (2000) *La publicidad política por televisión en las elecciones del 2000 en México*. Revista Mexicana de Comunicación No. 65 (septiembre/octubre), México.
- Alduncin, Enrique. (2000) *Resultado y Evaluación de las últimas encuestas preelectorales*. Este País No. 13 (agosto), México.
- Arbesú, Ignacio. (1988) *Mercadotecnia Política*. IFE. México.
- Arora, A y Lasswell. (1969) *Political Communications: The Public Language of Political Elites in Indiana and the United States*. Holt, Rinehart and Winston. Nueva York.
- Barranco, F. (1997) *Técnicas de Marketing Político*. REI. México.
- Beetham, David. (1994) *Defining and Measuring Democracy*. Sage Publications, London.
- Berlin, Isaiah. (1988) *Cuatro ensayos sobre la libertad*. Alianza Editorial. Madrid.
- Berlin, Isaiah. (1993) *En diálogo con Ramin Jahangebloo*. Anaya y Muchnik. Madrid.
- Berlin, Isaiah. (1953) *El erizo y la zorra*. Océano. México. Ed. 2000
- Bourdieu, Pierre. (1988) *La distinción*. Taurus, Alfaguara, México.
- Blake, R y Haroldsen. (1975) *A taxonomy of Concepts in Communication*. Husting House. Nueva York.
- Blondel, Jean. (1990) *Comparative Government, an introduction*. Philip Allan. Londres.

- Bobbio, Norberto. (1986) *El Futuro de la Democracia*. FCE. México.
- Camacho Rosales, Jean. (2001) *Estadística con SPSS para Windows*. Alfaomega, México.
- Canel, María José. (1999) *Comunicación política*. Tecnos, Madrid.
- Cansino, César. (1997) *Democratización y Liberalización*. IFE, México.
- Castells, Manuel. (1999) *La era de la información*. Siglo XXI. México.
- Cerroni, Humberto. (1991) *Reglas y Valores de la Democracia*. Alianza, Madrid.
- Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía. H. Cámara de Diputados. (2000) *Medios de comunicación y procesos electorales. Un compromiso para el futuro*. México. Cámara de Diputados; Konrad Adenauer Stiftung; Felafacs, Coneicc...
- Covarrubias, Ana Cristina. (2000) *Encuestas y Elecciones. Primeras evaluaciones*. Este País, No.113 (agosto), México.
- Chaffe, Stephen. (1978) *Communication Monographs*.
- Dahl, Robert. (1991) *Poliarquía*. Alianza, Madrid.
- Dahl, Robert. (1991) *Los Dilemas de la Democracia*. Alianza, Madrid.
- Del Rey Morató, Javier. (1997) *Los juegos de los políticos*. Tecnos. Madrid.
- Del Rey Morató, Javier. (1996) *Democracia y posmodernidad*. Complutense. Madrid.
- Deutsch, K.W. (1985) *Los nervios del gobierno*. Paidós. Barcelona.
- Fagen, R. (1966) *Politics and Communication*. Little Brown. Boston.
- Ferry, Jean-Marc; Wolton, Dominique. (1998) *El nuevo espacio público*. Gedisa, Barcelona.

- Flores Rico, Carlos. (1999) *Lecciones fáciles para elecciones difíciles*. Nuevo Siglo, México.
- Garretón, Manuel Antonio. (1999) *Procesos de Democratización, Democracia y Nuevas Relaciones entre Estado y Sociedad en América Latina*. UNAM (mimeo).
- Gauthier, Gilles y otros. (1998) *Comunicación y Política*. Gedisa. España.
- Godínez, Raúl. (2000) *Caminos, razones y estrategias de la mercadotecnia de Vicente Fox*. Revista Mexicana de Comunicación No. 65 (sep/oct), México
- González Molina, Gabriel. (2000) *Cómo ganar las Elecciones*. Cal y Arena. México.
- Gunther, Diamandourus y Puhle. (1996) *La Política*. Paidós. México.
- Held, David. (1988) *Modelos de Democracia*. Alianza. España.
- Heras, María. (1999) *Uso y Abuso de las Encuestas*. Océano. México.
- Herreros, Mario. (1989) *Teoría y Técnica de la Propaganda Electoral*. PPU. Barcelona.
- IFE. (1999) *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y otros ordenamientos electorales*. IFE. México.
- Kant, Manuel. (1984) *Crítica de la razón pura*. Orbis. Barcelona.
- Kelsen, Hans. (1988) *Escritos sobre la Democracia y el Socialismo*. Debate, Madrid.
- Kleppner's, Otto. (1988) *Publicidad*. Prentice Hall. México.
- Krippendorff, Klaus. (1997) *Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica*. Paidós Comunicación. Barcelona.

- Kuschick, Murilo. (1997) *Marketing Político y Electoral*. Gestión y Estrategia No.11 y 12 (enero-diciembre), México.
- Kymlicka, Will. (1995) *Filosofía Política Contemporánea*. Ariel Ciencia Política. Barcelona.
- Labarriére, Jean Louis y otros. (2000) *Teoría Política y Comunicación*. Gedisa. Barcelona.
- Lasswell, Harold. (1971) *El futuro de la ciencia política*. Tecnos. Madrid.
- Lijphart, Arend. (1989) *La Democracia en las Sociedades Plurales*. Grupo Editor Latinoamericano, Argentina.
- Lipovetsky, Gilles. (1996) *El Imperio de lo Efímero*. Anagrama. Barcelona.
- Loaeza, Soledad. (1996) *Oposición y Democracia*. IFE. México.
- Lomas, Carlos. (1999) *La seducción de los objetos y la identidad de los sujetos: el discurso de la publicidad*. En *Comunicación y Estudios Universitarios* No. 4. España.
- Lombardo García, Irma. coord.. (2001) *La Comunicación en la Sociedad Mexicana. Reflexiones temáticas*. AMIC, México.
- Luque, Teodoro. (1996) *Marketing Político*. Ariel. Barcelona.
- Mahammad, Naghi (1984) *Mercadotecnia Electoral*. Limusa. México.
- Mainwaring, Scott. (1999) "*La Durabilidad de la Democracia en América Latina, 1940-1998*". Política y Gobierno, CIDE, México.
- Martínez Silva, Mario y Salcedo Aquino, Roberto. (1997) *Manual de Campaña*. Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Admón. Pública. México.

- Martínez, Omar Raúl. (2000) *Datos duros sobre monitoreos de coberturas electorales. México.* Revista Mexicana de Comunicación No. 63 (Mayo/junio), México.
- Meadow, Robert. (1980) *Politics as Communication.* Ablex Publishing, Norwood, New Jersey.
- Merino, Mauricio. (1997) *La Participación Ciudadana en la Democracia.* IFE. México.
- Middlebrook, Kervin J. (1989) "*La Liberalización Política en un Régimen Autoritario: el Caso de México*" *Transiciones desde un Gobierno Autoritario.* Paidós. México.
- Molina y Vedia, Silvia. (1996) *Credibilidad Política. Globalización, Sociedad y Medios Masivos.* Fundación Manuel Buendía, A.C. México.
- Mongenstern, Oskar. (1977) *Teoría de los juegos. Aspectos teóricos.* Aguilar. Madrid.
- Monzón, C. (1990) *La Opinión Pública.* Tecnos. Madrid
- Monzón, Cándido. (1996) *Opinión Pública, Comunicación y Política. La formación del espacio público.* Tecnos. Madrid.
- Mouchon, Jean. (1998) *Política y Medios. Los poderes bajo influencia.* Gedisa. Barcelona.
- Muñoz Alonso, Alejandro. (1999) *Democracia mediática y campañas electorales.* Ariel Comunicación. Barcelona.
- Noelle-Neumann, Elisabeth. (1995) *La Espiral del Silencio.* Paidós. Barcelona.

- O'Donnell, Guillermo. (1992) *Delegative Democracy*. Working Papers No. 172; Kellog Institute. Kellog.
- Przeworski, Adam. (1978) *Some Problems in the Study of the Transition to Democracy*. University of Chicago, Chicago.
- Przeworski, Adam. (1988) "Democracy as a Contingent Outcome of Conflicts", *Constitutionalism and Democracy*. Cambridge University Press.
- Rivadeneira, Raúl. (1995) *La Opinión Pública*. Trillas. México.
- Rodríguez Alsina, J. (1989) *Los modelos de la comunicación*. Tecnos, Madrid.
- Sartori, Giovanni. (1992) *Elementos de teoría política*. Alianza. Madrid.
- Sartori, Giovanni. (1993) *¿Qué es la Democracia?*. Nueva Imagen, México.
- Schmitt, Carl. (1972) *La notion de Politique*. Flammarion. Madrid.
- Schmitter, Philippe C. (1991) "Sobre la Cuarta Onda de Democratizaciones". *Transiciones a la Democracia en Europa y América Latina*. UNAM, Porrúa, FLACSO. México.
- Serrano, Manuel M. (1982) *Teoría de la Comunicación*. UNAM, ENEP Acatlán. México.
- Shudson, Michael. (1997) *Media Culture and Society*. Vol. 19.
- Silva Herzog-Márquez, Jesús. (1999) *La Transición Democrática*. Cal y Arena. México.
- Sosa Plata, José A. (1998) *Información Política: Enfoque Analítico y Perspectiva Estratégica*. IFE. México.
- Thompson, John B. (1998) *Ideología y cultura moderna*. UAM. México.

- Touraine, Alain. (1995) *¿Qué es la democracia?* FCE. México.
- Trejo Delarbre, Raúl. (2001) *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, Televisión y elecciones.* Cal y Arena. México.
- Trent, Judith y Friedenberg, Robert. (1995) *Political Campaign Communication. Principles and Practices.* Praeger. Connecticut.
- Valdéz Zepeda, Andrés. (2000) *Para Entender la Mercadotecnia Política.* Revista Mexicana de Comunicación No.55 (Sept-Oct), México.
- Veyrat-Masson, Isabel. (1997) *Espacios públicos en imágenes.* Gedisa. Barcelona.
- Villarreal Martínez, Juan Carlos. Responsable (2000) *Apuntes Electorales.* Revista del Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) No. 1 (julio/agosto) México.
- Willer, D. (1969) *La sociología científica. Teoría y métodos.* Amorrortu. Buenos Aires.
- Woldenberg, José y Salazar, Luis. (1997) *Principios y Valores de la Democracia.* IFE. México.
- Wolton, Dominique. (1992) *Elogio del gran público.* Gedisa, Barcelona.

ANEXO

DESCRIPCIÓN
DE DATOS



Formato:

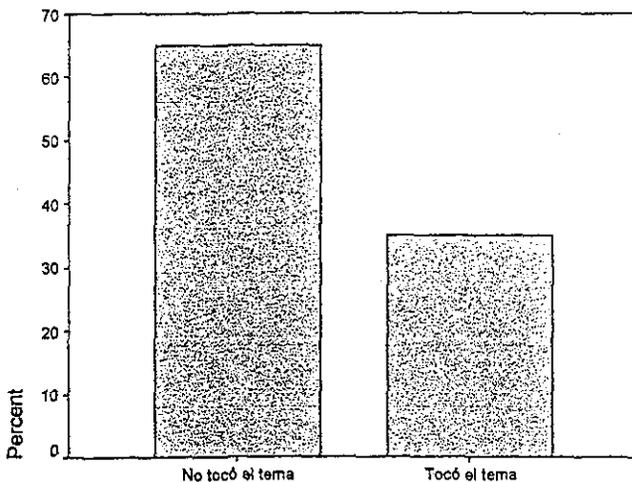
Titulares



TITULARES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	26	65.0	65.0	65.0
	Tocó el tema	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

TITULARES



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Formato:

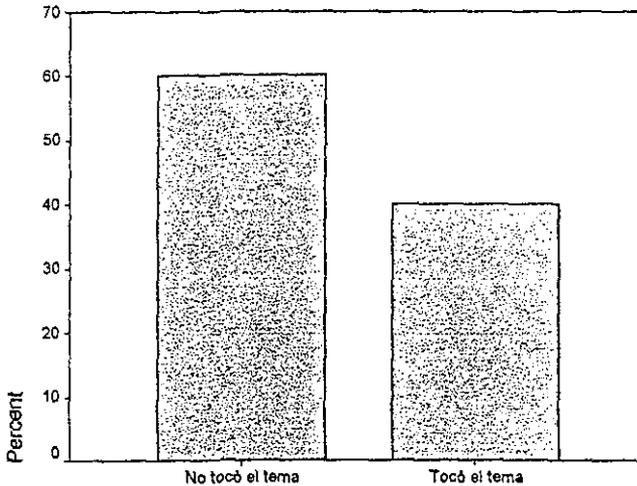
Publicidad Negativa



PUBLICIDAD NEGATIVA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	24	60.0	60.0	60.0
	Tocó el tema	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

PUBLICIDAD NEGATIVA



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Formato:

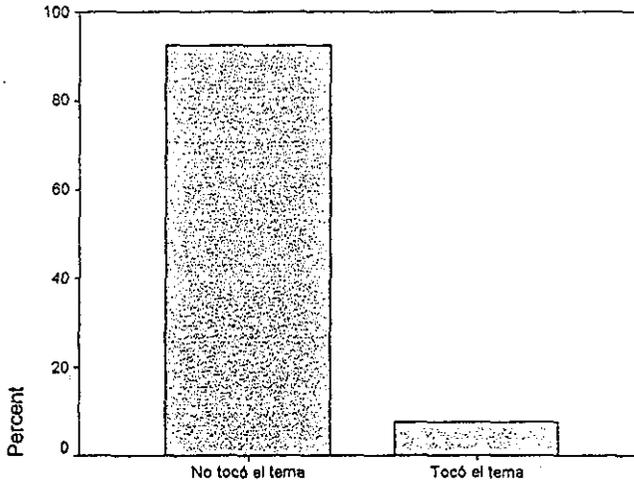
Cinéma Verité



CINEMA VERITE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	37	92.5	92.5	92.5
	Tocó el tema	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

CINEMA VERITÉ



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Formato:

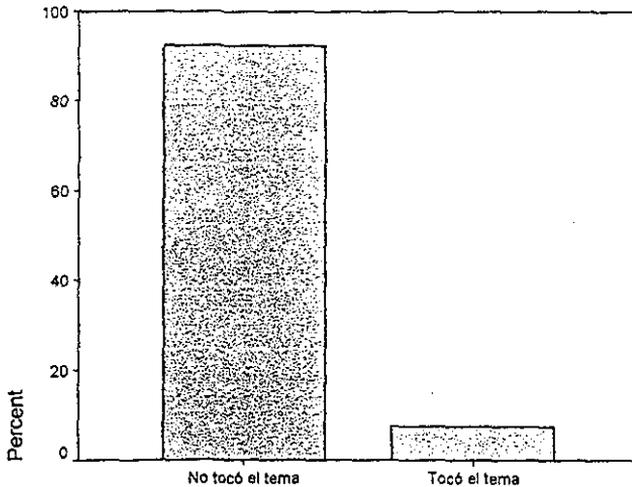
Documental



DOCUMENTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	37	92.5	92.5	92.5
	Tocó el tema	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

DOCUMENTAL



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

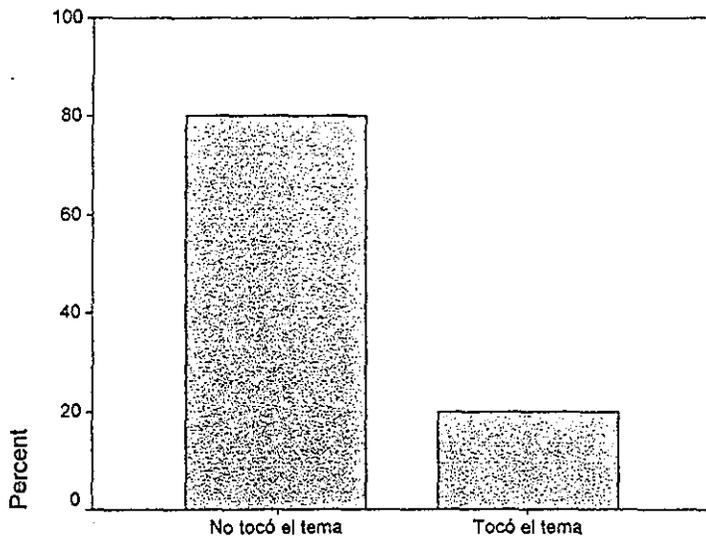
Formato: Formato mixto



FORMATO MIXTO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	32	80.0	80.0	80.0
	Tocó el tema	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

FORMATO MIXTO



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Categoría: Formato mixto
Detalle

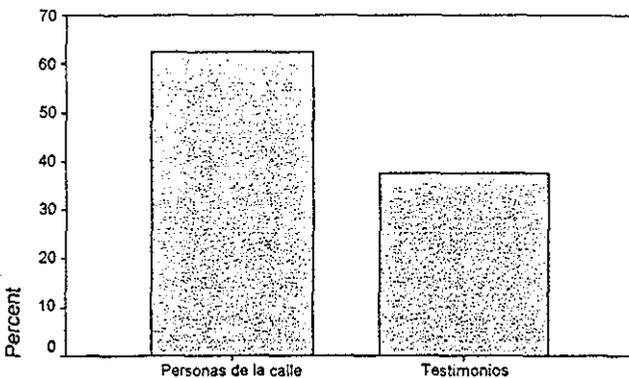


FORMATO MIXTO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Personas de la calle	5	62.5	62.5	62.5
	Testimonios	3	37.5	37.5	100.0
	Total	8	100.0	100.0	

FORMATO MIXTO

Detalle



Formato

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Características: Libertades Democráticas

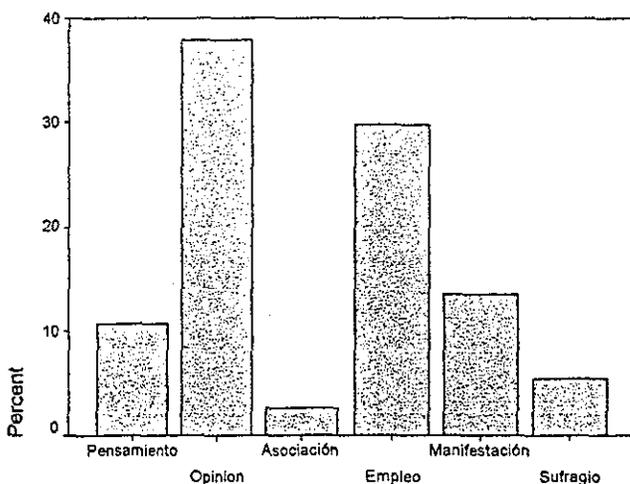
Partido: PRI



LIBERTADES DEMOCRÁTICAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pensamiento	4	10.8	10.8	10.8
	Opinión	14	37.8	37.8	48.6
	Asociación	1	2.7	2.7	51.4
	Empleo	11	29.7	29.7	81.1
	Manifestación	5	13.5	13.5	94.6
	Sufragio	2	5.4	5.4	100.0

Libertades Democráticas



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Libertades Democráticas de las que no se hablaron



Subcategoría:

LIBERTAD DE REUNIÓN

LIBERTAD DE REUNIÓN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	40	100.0	100.0	100.0

Subcategoría:

LIBERTAD DE TRÁNSITO

LIBERTAD DE TRÁNSITO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	40	100.0	100.0	100.0

Subcategoría:

LIBERTAD DE RELIGIÓN

LIBERTAD DE RELIGIÓN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	40	100.0	100.0	100.0

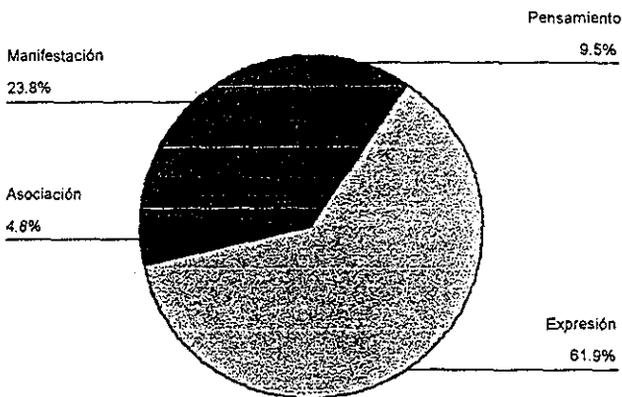
Libertades Democráticas con Tendencia Negativa Comparación



Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pensamiento	2	9.5	9.5	9.5
	Expresión	13	61.9	61.9	71.4
	Asociación	1	4.8	4.8	76.2
	Manifestación	5	23.8	23.8	100.0
	Total	21	100.0	100.0	

Tendencia negativa



Característica:

Igualdad Política

Partido:

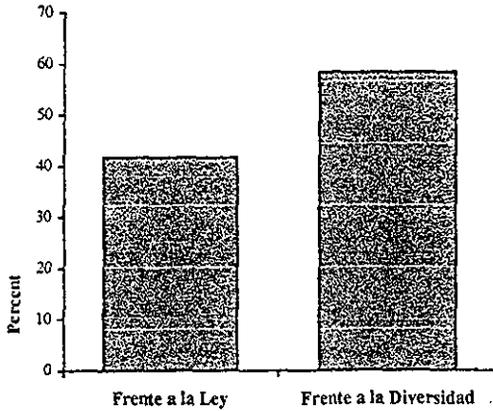
PRI



IGUALDAD POLÍTICA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Frente a la Ley	5	41.7	41.7	41.7
	Frente a la Diversidad	7	58.3	58.3	100.0
	Total	12	100.0	100.0	

Igualdad Política



Igualdad Política:

Frente al Sufragio
No se mencionó



LIBERTAD FRENTE AL SUFRAGIO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	40	100.0	100.0	100.0

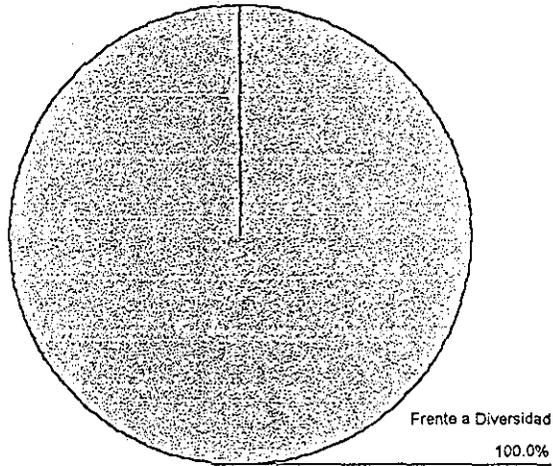
Factores de Igualdad Política con Tendencia Negativa Comparación



Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Frente a la Diversidad	5	100.0	100.0	100.0

Tendencia Negativa



Característica:

Fraternidad o Tolerancia

Partido:

PRI



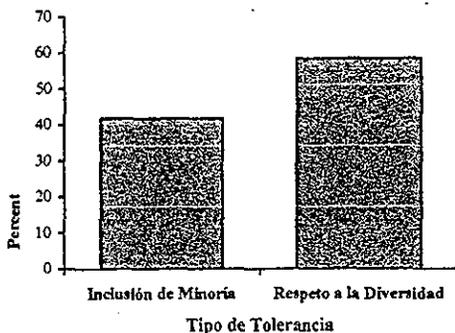
INCLUSIÓN DE MINORÍAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	30	75.0	75.0	75.0
	1	10	25.0	25.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

RESPECTO A LA DIVERSIDAD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	26	65.0	65.0	65.0
	1	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Fraternidad y Tolerancia



apeto a Minorías
se mencionó



MINORÍAS

at	Valid Percent	Cumulative Percent
)	100.0	100.0

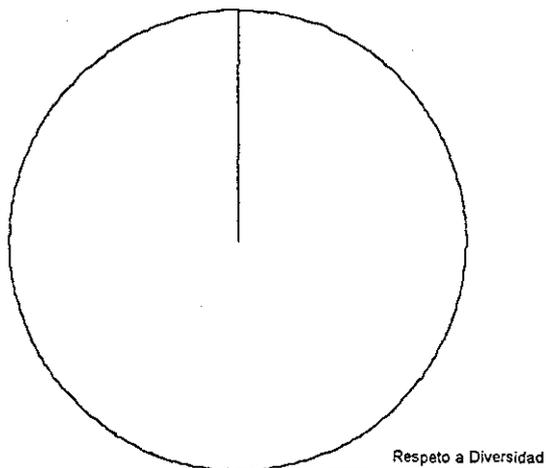
Factores de Fraternidad y Tolerancia con Tendencia Negativa Comparación



Tendencia negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Respeto a Diversidad	9	100.0	100.0	100.0

Tendencia negativa



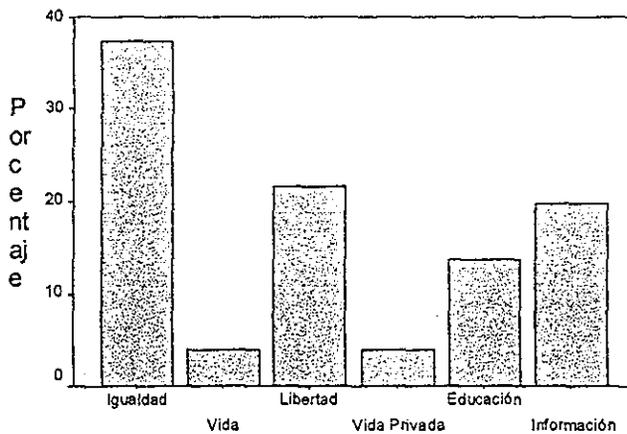
Categoría: Derechos Individuales
 Partido: PRI



DERECHOS INDIVIDUALES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igualdad	19	37.3	37.3	37.3
	a la Vida	2	3.9	3.9	41.2
	Libertad	11	21.6	21.6	62.7
	Protección de la Vida Privada	2	3.9	3.9	66.7
	Educación	7	13.7	13.7	80.4
	Información	10	19.6	19.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Derechos Individuales



Tipo de Derecho

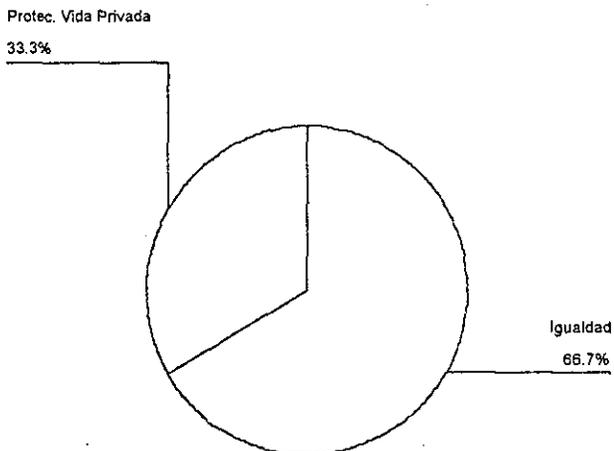
Derechos Individuales con Tendencia negativa Comparación



Tendencias Negativas en Derechos

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igualdad	4	66.7	66.7	66.7
	Protección de la Vida Privada	2	33.3	33.3	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

Tendencias Negativas en Derechos



**Derechos Individuales: Ausencia de Servidumbre y Tortura
Y Garantías de los Infractores**
No se mencionaron



AUSENCIA DE SERVIDUMBRE Y TORTURA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	40	100.0	100.0	100.0

GARANTIAS DE LOS INFRACTORES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	40	100.0	100.0	100.0



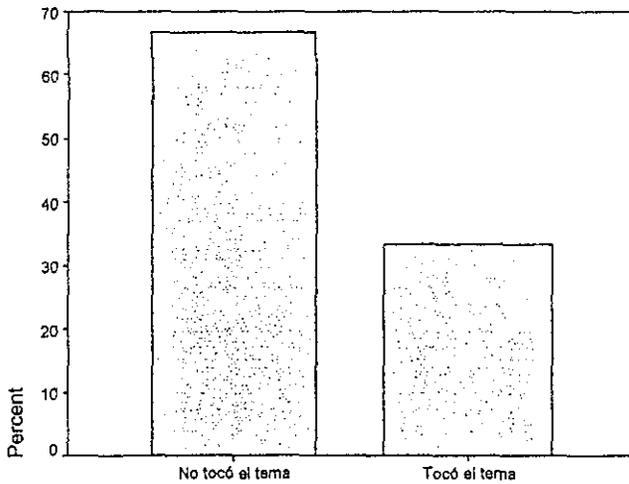
Formato: Titulares



TITULARES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	20	66.7	66.7	66.7
	Tocó el tema	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

TITULARES



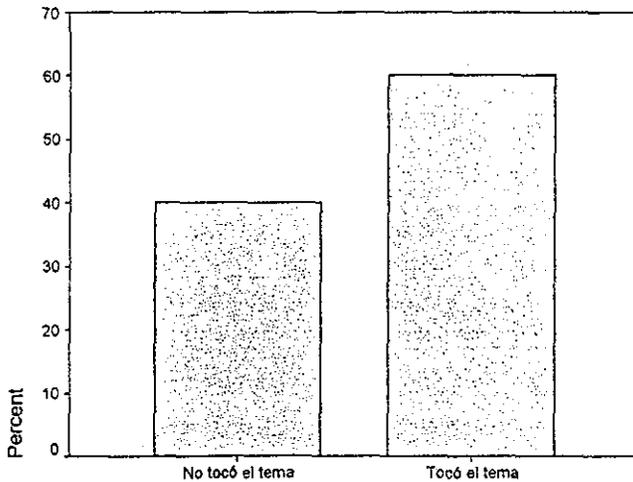
Formato: Publicidad Negativa



PUBLICIDAD NEGATIVA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	12	40.0	40.0	40.0
	Tocó el tema	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

PUBLICIDAD NEGATIVA



Formato:

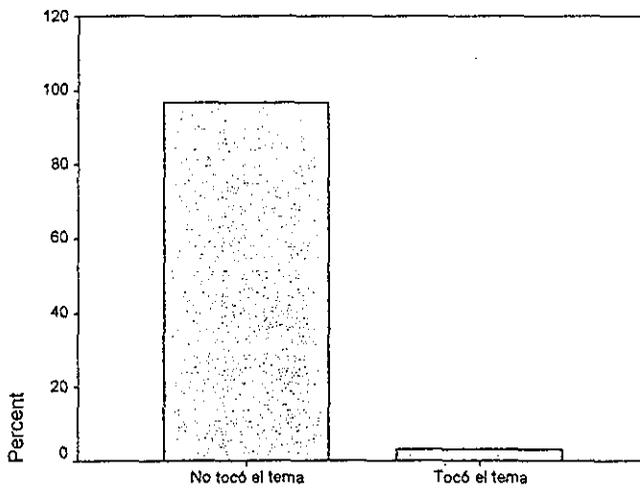
CINÉMA VERITÉ



CINEMA VERITE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	29	96.7	96.7	96.7
	Tocó el tema	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

CINÉMA VERITÉ



Formato al cual no se hace alusión



DOCUMENTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	30	100.0	100.0	100.0

Formato:

Mixto
Detalle

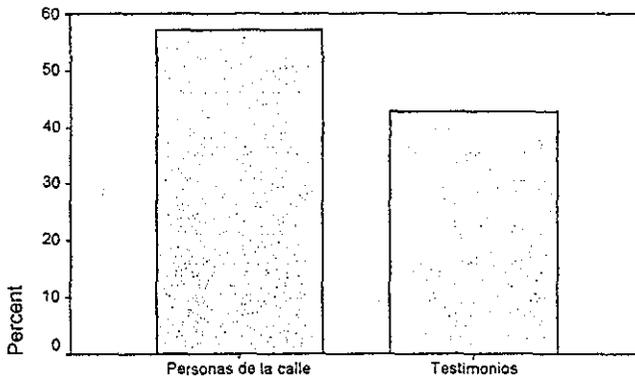


DETALLE DEL FORMATO MIXTO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Personas de la calle	4	57.1	57.1	57.1
	Testimonios	3	42.9	42.9	100.0
	Total	7	100.0	100.0	

Formato Mixto

Detalle



Formato

Formato:

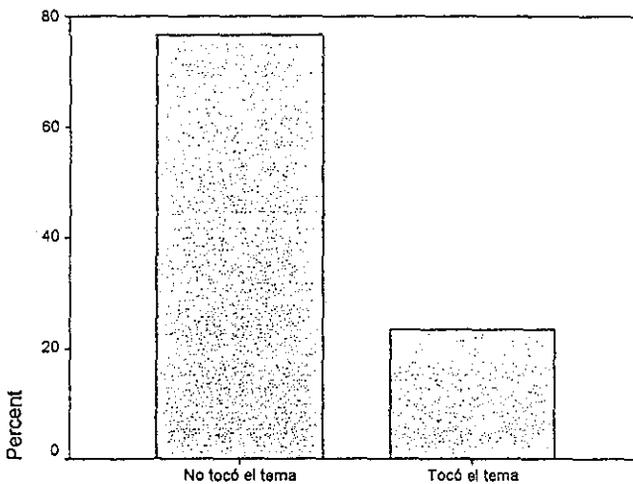
Mixto



FORMATO MIXTO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	23	76.7	76.7	76.7
	Tocó el tema	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

FORMATO MIXTO



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Característica:
Partido:

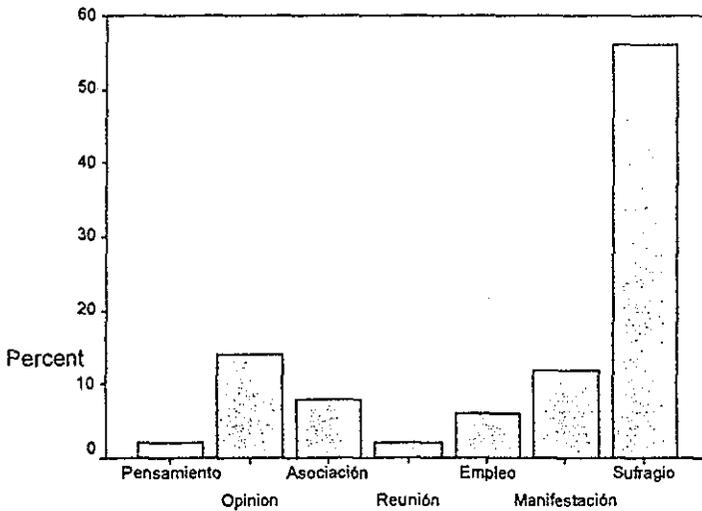
Libertades Democráticas
PAN



LIBERTADES DEMOCRÁTICAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pensamiento	1	2.0	2.0	2.0
	Opinión	7	14.0	14.0	16.0
	Asociación	4	8.0	8.0	24.0
	Reunión	1	2.0	2.0	26.0
	Empleo	3	6.0	6.0	32.0
	Manifestación	6	12.0	12.0	44.0
	Sufragio	28	56.0	56.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Libertades Democráticas



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Libertades democráticas que no se mencionaron



TRÁNSITO

LIBERTAD DE TRANSITO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	30	100.0	100.0	100.0

RELIGIÓN

LIBERTAD DE RELIGION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	30	100.0	100.0	100.0

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

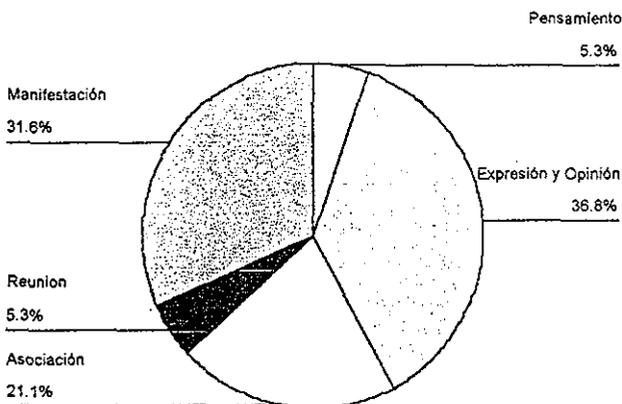
Libertades Democráticas que presentaron
Tendencia Negativa



Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pensamiento	1	5.3	5.3	5.3
	Expresión y Opinión	7	36.8	36.8	42.1
	Asociación	4	21.1	21.1	63.2
	Reunión	1	5.3	5.3	68.4
	Manifestación	6	31.6	31.6	100.0
	Total	19	100.0	100.0	

Tendencia Negativa



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Característica:
Partido:

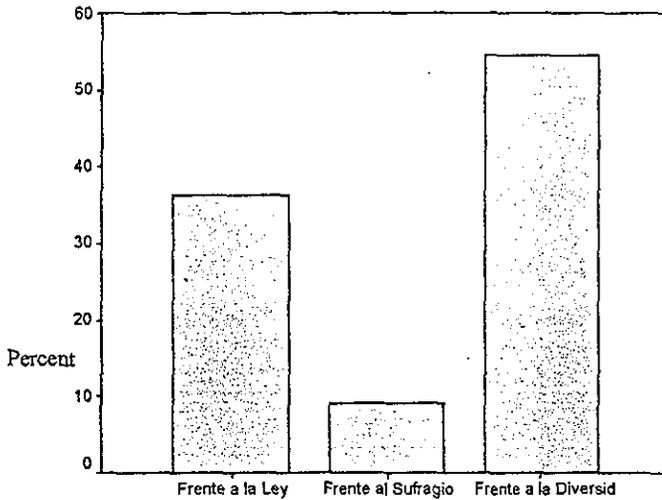
Igualdad Política
PAN



IGUALDAD POLÍTICA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Frente a la Ley	8	36.4	36.4	36.4
	Frente al Sufragio	2	9.1	9.1	45.5
	Frente a la Diversidad	12	54.5	54.5	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

Igualdad Política



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

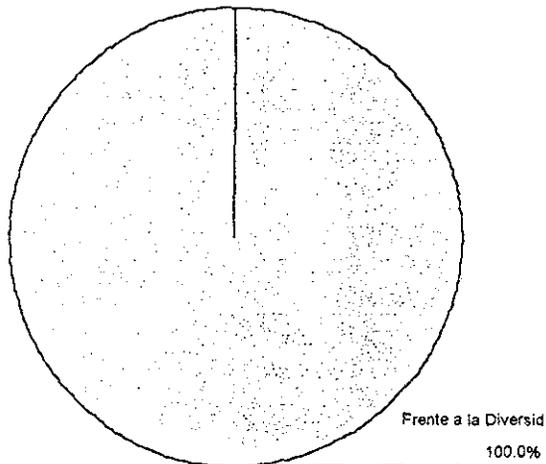
Igualdad Política con Tendencia Negativa



Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Frente a la Diversidad	12	100.0	100.0	100.0

Tendencia Negativa



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

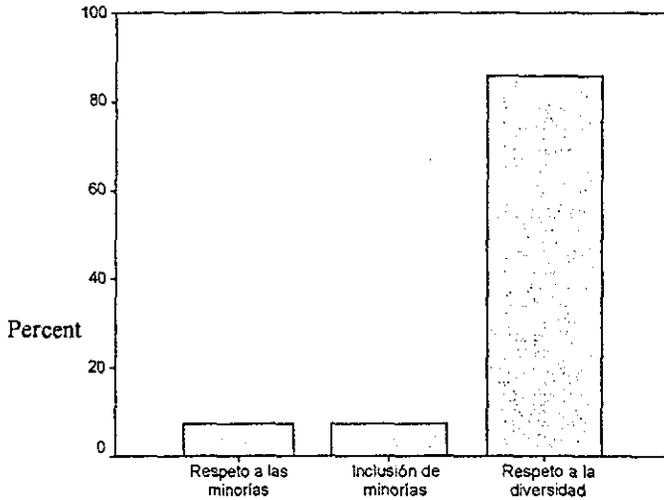
Característica: **Fraternidad y Tolerancia**
 Partido: **PAN**



Fraternidad y Tolerancia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Respeto a las Minorías	1	7.1	7.1	7.1
	Inclusión de Minorías	1	7.1	7.1	14.3
	Respeto a la diversidad	12	85.7	85.7	100.0
	Total	14	100.0	100.0	

Fraternidad y Tolerancia del PAN



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

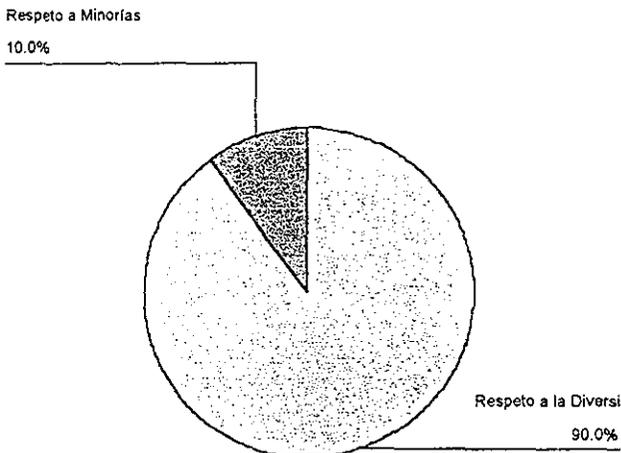
**Factores de Fraternidad y Tolerancia
con Tendencia Negativa**



Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Respeto a la Diversidad	9	90.0	90.0	90.0
	Respeto a Minorías	1	10.0	10.0	100.0
	Total	10	100.0	100.0	

Tendencia Negativa



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Característica:
Partido:

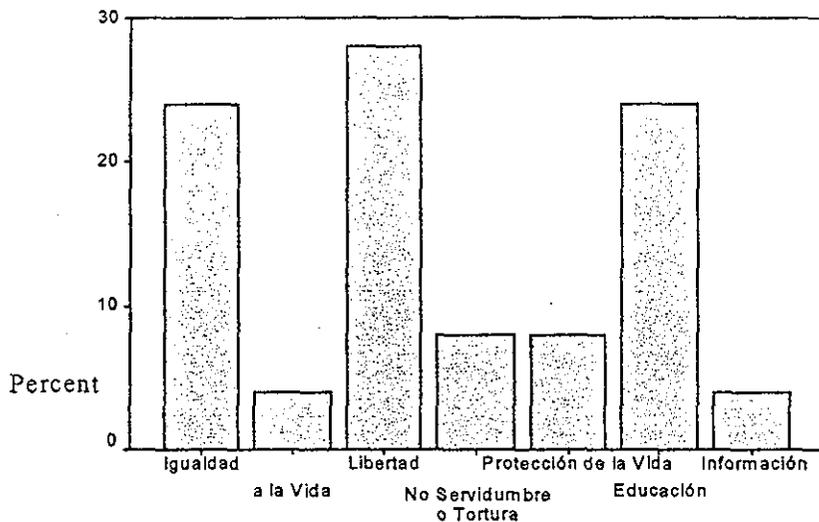
Derechos Individuales
PAN



DERECHOS INDIVIDUALES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igualdad	6	24.0	24.0	24.0
	a la Vida	1	4.0	4.0	28.0
	Libertad	7	28.0	28.0	56.0
	No Servidumbre o Tortura	2	8.0	8.0	64.0
	Protección de la Vida Privada	2	8.0	8.0	72.0
	Educación	6	24.0	24.0	96.0
	Información	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

Derechos Individuales



Derechos Individuales que no se mencionaron



GARANTIAS DE LOS INFRACTORES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	30	100.0	100.0	100.0

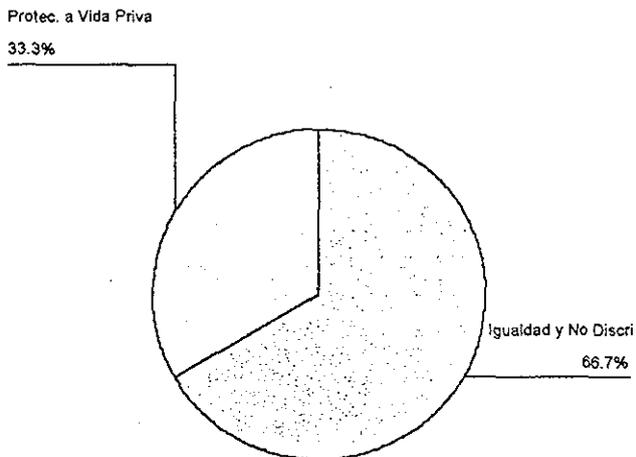
Derechos Individuales con Tendencia Negativa Comparación



Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igualdad	4	66.7	66.7	66.7
	Protec. a Vida Privada	2	33.3	33.3	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

Tendencia Negativa





Formato:

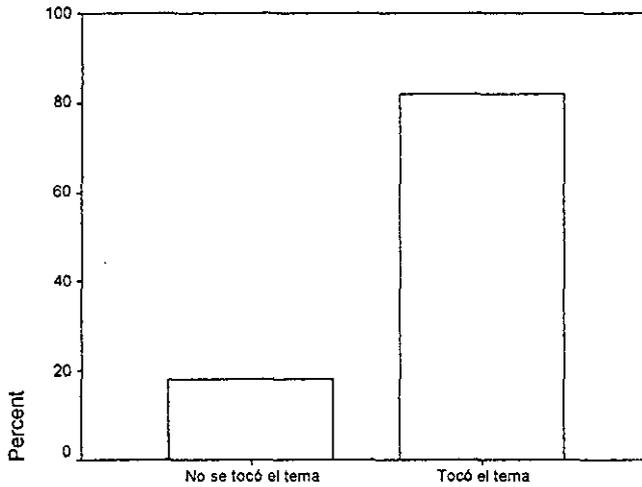
Titulares



TITULARES

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No se tocó el tema	4	18.2	18.2	18.2
	Tocó el tema	18	81.8	81.8	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

TITULARES



Formato:

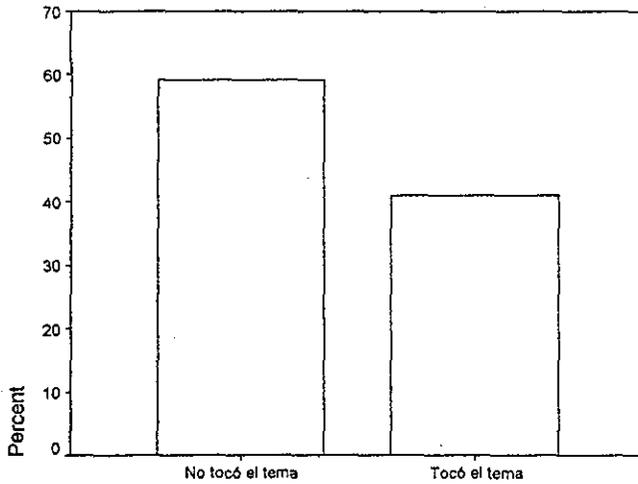
Publicidad Negativa



PUBLICIDAD NEGATIVA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	13	59.1	59.1	59.1
	Tocó el tema	9	40.9	40.9	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

PUBLICIDAD NEGATIVA



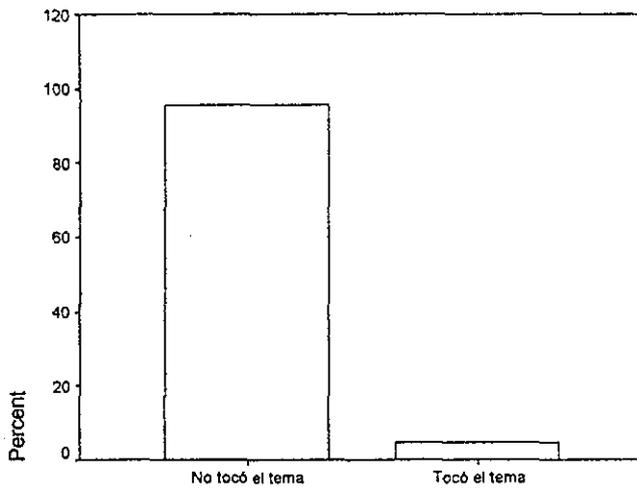
Formato: Cinéma Verité



CINEMA VERITE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	21	95.5	95.5	95.5
	Tocó el tema	1	4.5	4.5	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

CINEMA VERITE



Formatos que no se mencionaron



DOCUMENTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	22	100.0	100.0	100.0

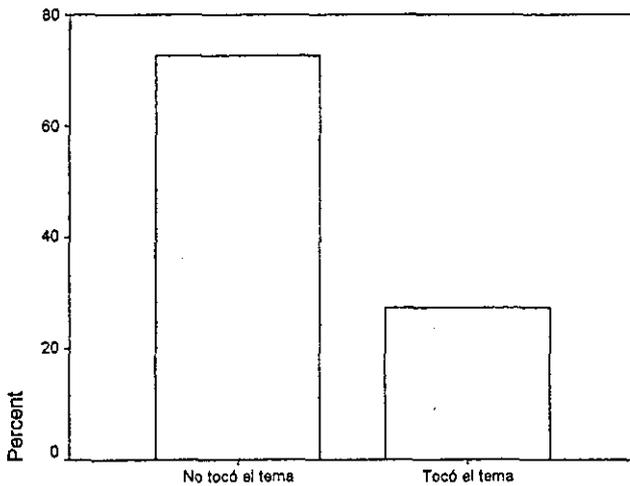
Formato: Mixto



FORMATO MIXTO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	16	72.7	72.7	72.7
	Tocó el tema	6	27.3	27.3	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

FORMATO MIXTO



FORMATO:

MIXTO
DETALLE

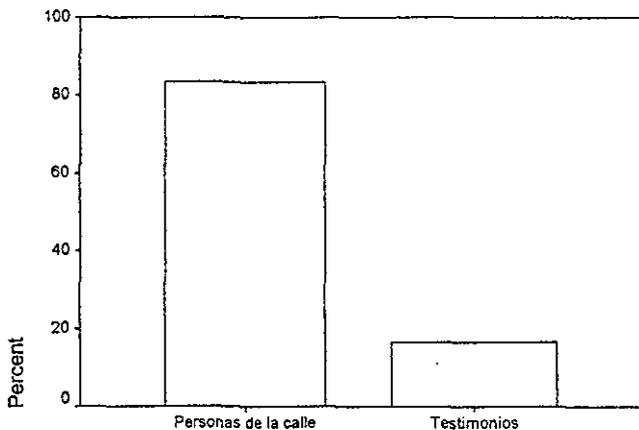


FORMATO MIXTO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Personas de la calle	5	83.3	83.3	83.3
	Testimonios	1	16.7	16.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

FORMATO MIXTO

Detalle



Característica:
Partido:

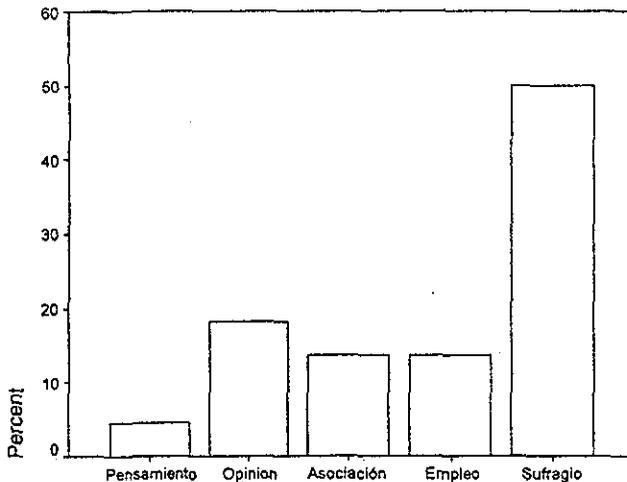
Libertades Democráticas
PRD



Libertades Democráticas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pensamiento	1	4.5	4.5	4.5
	Opinión	4	18.2	18.2	22.7
	Asociación	3	13.6	13.6	36.4
	Empleo	3	13.6	13.6	50.0
	Sufragio	11	50.0	50.0	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

Libertades Democráticas



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Libertades Democráticas que no se mencionaron



LIBERTAD DE REUNIÓN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No toca el tema	22	100.0	100.0	100.0

LIBERTAD DE TRÁNSITO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	22	100.0	100.0	100.0

LIBERTAD DE RELIGIÓN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	22	100.0	100.0	100.0

LIBERTAD DE MANIFESTACIÓN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	22	100.0	100.0	100.0

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

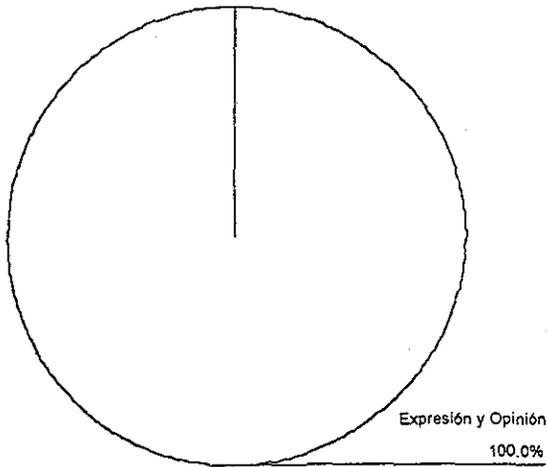
Libertades Democráticas con Tendencia Negativa



Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Expresión y Opinión	4	100.0	100.0	100.0

Tendencia Negativa



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

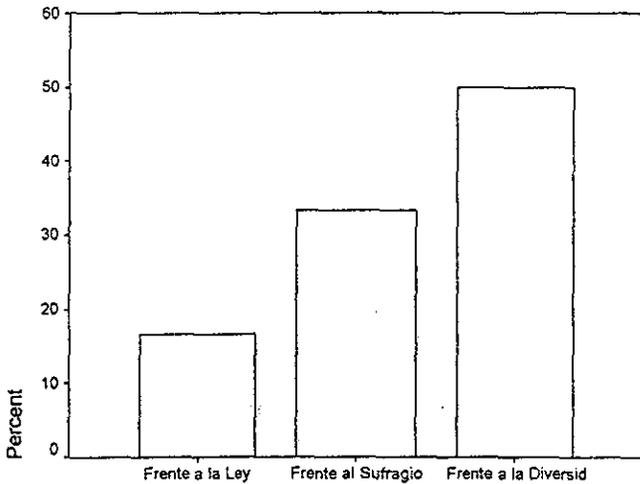
Característica: Igualdad Política
 Partido: PRD



Igualdad Política

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Frente a la Ley	1	16.7	16.7	16.7
	Frente al Sufragio	2	33.3	33.3	50.0
	Frente a la Diversidad	3	50.0	50.0	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

Igualdad Política



TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

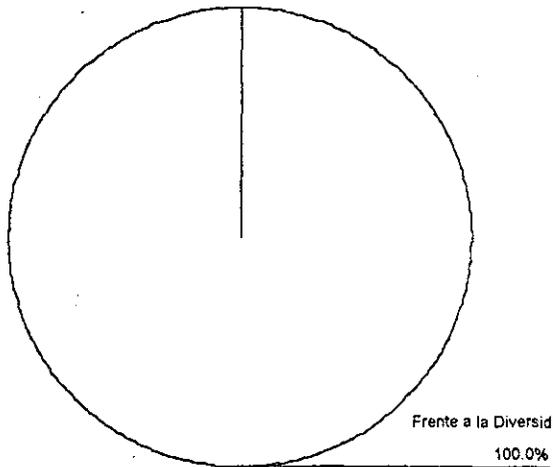
Factores de Igualdad Política con tendencia negativa



Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Frente a la Diversidad	2	100.0	100.0	100.0

Tendencia Negativa



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Característica: **Fraternidad y Tolerancia**

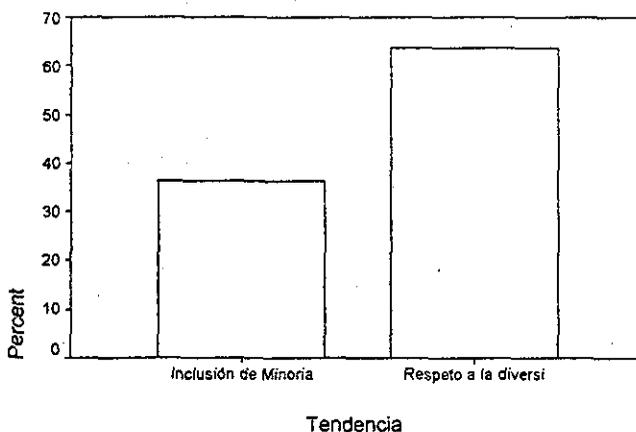


Fraternidad y Tolerancia del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Inclusión de Minorías	4	36.4	36.4	36.4
	Respeto a la diversidad	7	63.6	63.6	100.0
	Total	11	100.0	100.0	

Fraternidad y Tolerancia

Tendencias



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Factores de Fraternidad y tolerancia que no se mencionaron



RESPETO A MINORÍAS

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	22	100.0	100.0	100.0

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

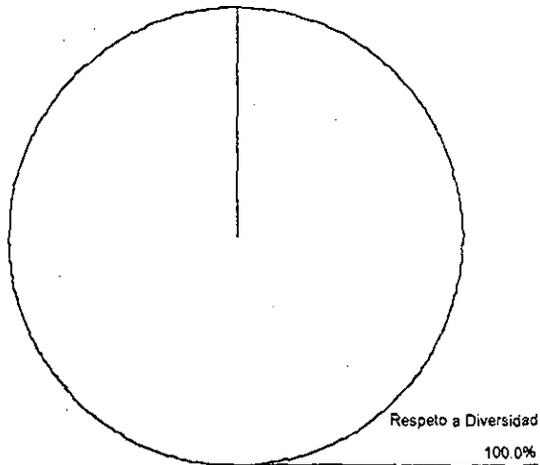
**Factores de Fraternidad y Tolerancia
con Tendencia Negativa**



Tendencia negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Respeto a la Diversidad	6	100.0	100.0	100.0

Tendencia negativa



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Característica:
Partido:

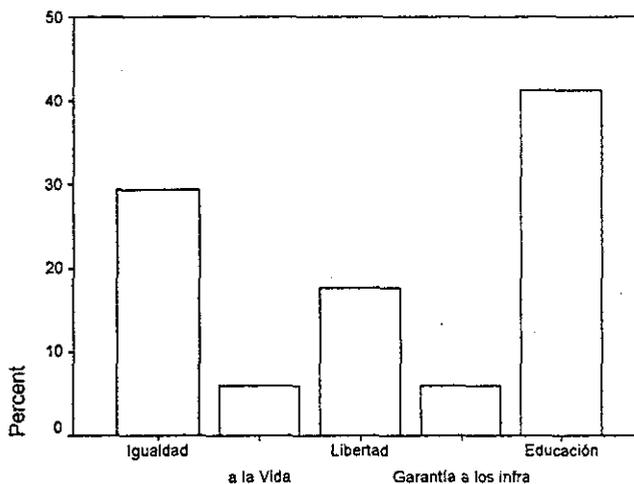
Derechos Individuales
PRD



Derechos Individuales

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Igualdad	5	29.4	29.4	29.4
	a la Vida	1	5.9	5.9	35.3
	Libertad	3	17.6	17.6	52.9
	Garantía a los infractores	1	5.9	5.9	58.8
	Educación	7	41.2	41.2	100.0
	Total	17	100.0	100.0	

Derechos Individuales



Derechos Individuales que no se mencionaron



AUSENCIA DE SERVIDUMBRE Y TORTURA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	22	100.0	100.0	100.0

PROTECCIÓN DE LA VIDA PRIVADA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	22	100.0	100.0	100.0

A LA INFORMACIÓN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No toca el tema	22	100.0	100.0	100.0

DATOS

COMPARATIVOS

Formato:

Titulares
Comparación

Titulares del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	26	65.0	65.0	65.0
	Tocó el tema	14	35.0	35.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Titulares del PAN

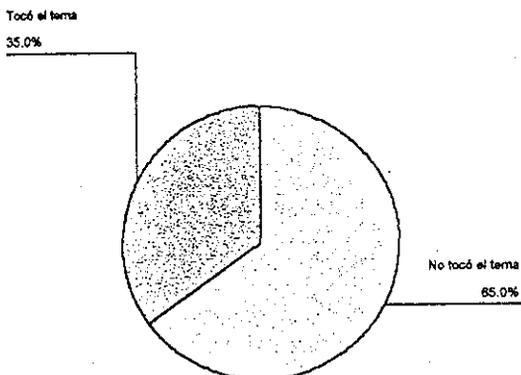
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	20	66.7	66.7	66.7
	Tocó el tema	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Titulares del PRD

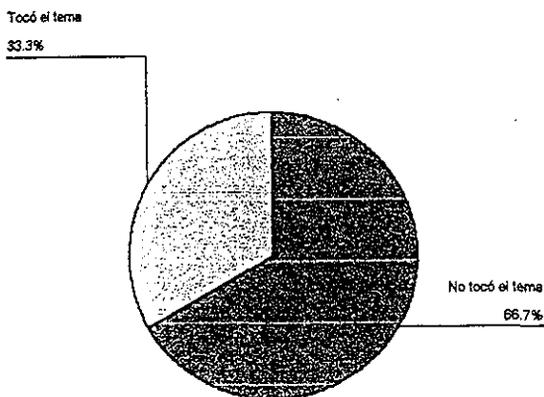
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	4	18.2	18.2	18.2
	Tocó el tema	18	81.8	81.8	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

FORMATOS T. 1 T. 2 T. 3 T. 4 T. 5 T. 6 T. 7 T. 8 T. 9 T. 10 T. 11 T. 12 T. 13 T. 14 T. 15 T. 16 T. 17 T. 18 T. 19 T. 20 T. 21 T. 22 T. 23 T. 24 T. 25 T. 26 T. 27 T. 28 T. 29 T. 30 T. 31 T. 32 T. 33 T. 34 T. 35 T. 36 T. 37 T. 38 T. 39 T. 40 T. 41 T. 42 T. 43 T. 44 T. 45 T. 46 T. 47 T. 48 T. 49 T. 50 T. 51 T. 52 T. 53 T. 54 T. 55 T. 56 T. 57 T. 58 T. 59 T. 60 T. 61 T. 62 T. 63 T. 64 T. 65 T. 66 T. 67 T. 68 T. 69 T. 70 T. 71 T. 72 T. 73 T. 74 T. 75 T. 76 T. 77 T. 78 T. 79 T. 80 T. 81 T. 82 T. 83 T. 84 T. 85 T. 86 T. 87 T. 88 T. 89 T. 90 T. 91 T. 92 T. 93 T. 94 T. 95 T. 96 T. 97 T. 98 T. 99 T. 100

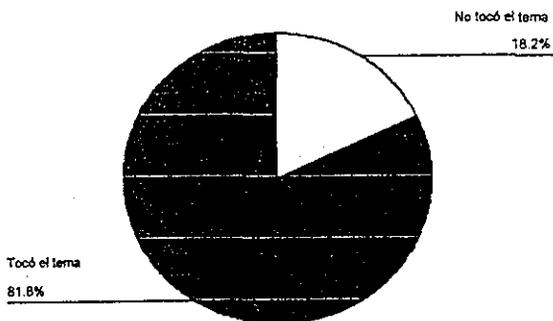
PRI



PAN



PRD



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Formato:

**Publicidad Negativa
Comparación**

Publicidad Negativa del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	24	60.0	60.0	60.0
	Tocó el tema	16	40.0	40.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

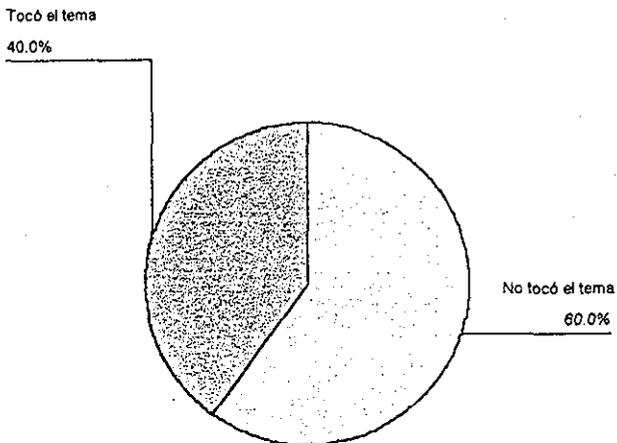
Publicidad Negativa del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	12	40.0	40.0	40.0
	Tocó el tema	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

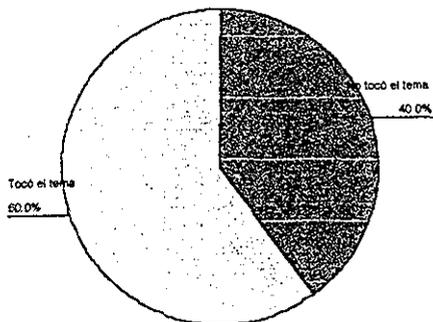
Publicidad Negativa del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	13	59.1	59.1	59.1
	Tocó el tema	9	40.9	40.9	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

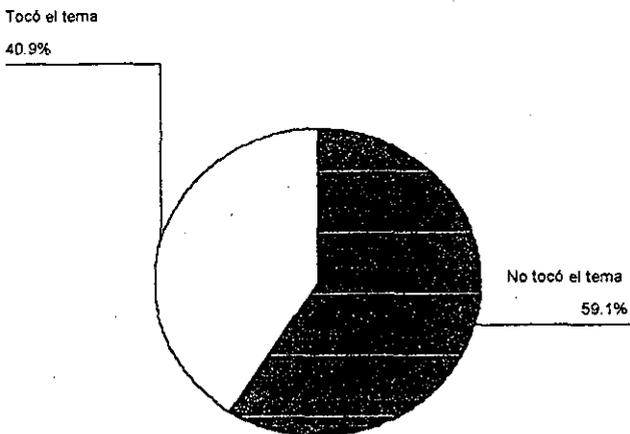
PRI



PAN



PRD



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Formato: Cinema Verité
 Comparación

Cinema Verité del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	37	92.5	92.5	92.5
	Tocó el tema	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Cinema Verité del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	29	96.7	96.7	96.7
	Tocó el tema	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

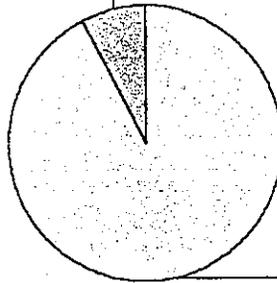
Cinema Verité del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	21	95.5	95.5	95.5
	Tocó el tema	1	4.5	4.5	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

FORMATO
Cine
ma
Veri-
tité

PRI

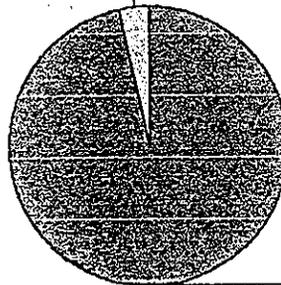
Tocó el tema
7.5%



No tocó el tema
92.5%

PAN

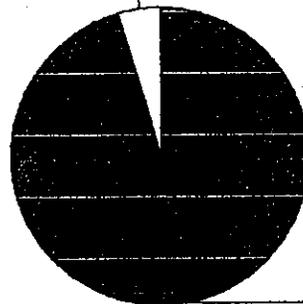
Tocó el tema
3.3%



No tocó el tema
96.7%

PRD

Tocó el tema
4.5%



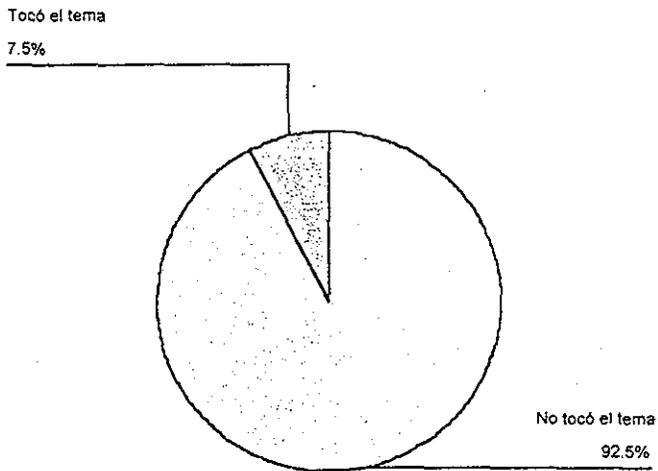
No tocó el tema
95.5%

Formato: Documental
Comparación

Documental del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	37	92.5	92.5	92.5
	Tocó el tema	3	7.5	7.5	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

PRI



Formato: Mixto
 Comparación

Mixto del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	32	80.0	80.0	80.0
	Tocó el tema	8	20.0	20.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Mixto del PAN

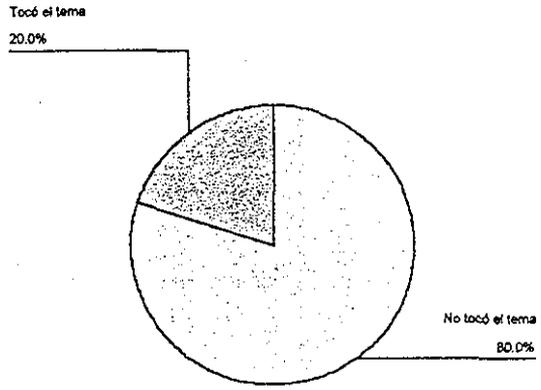
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	23	76.7	76.7	76.7
	Tocó el tema	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Mixto del PRD

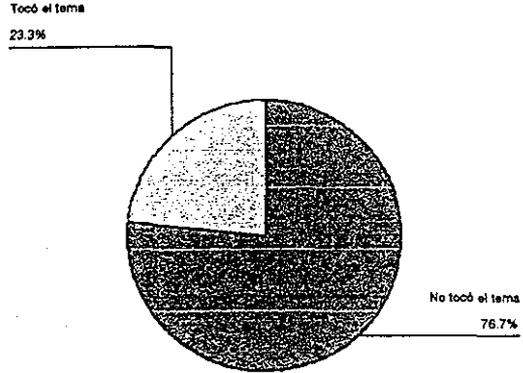
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No tocó el tema	16	72.7	72.7	72.7
	Tocó el tema	6	27.3	27.3	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

FORMATO
M
o
1
X
t
o

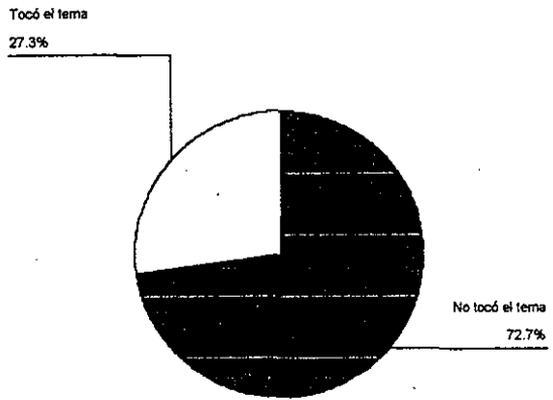
PRI



PAN



PRD



Tendencia Negativa en Libertades Democráticas Comparación

PRI

Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	16	43.2	43.2	43.2
	Tendencia Negativa	21	56.8	56.8	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

PAN

Tendencia Negativa

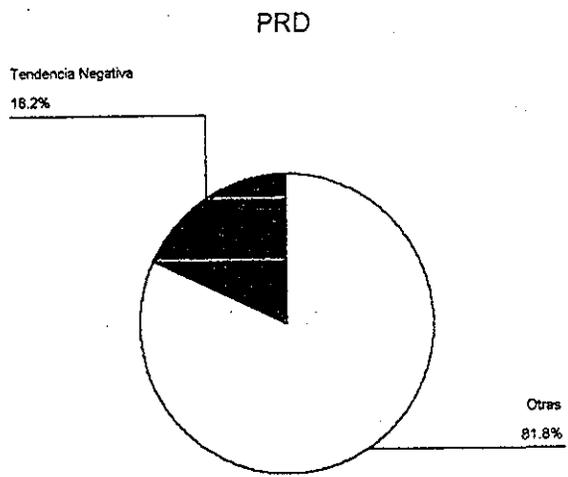
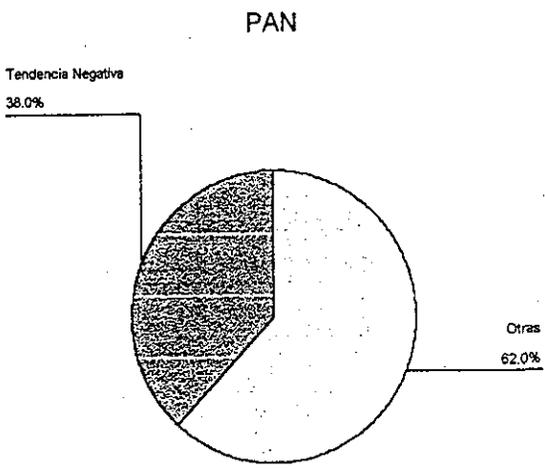
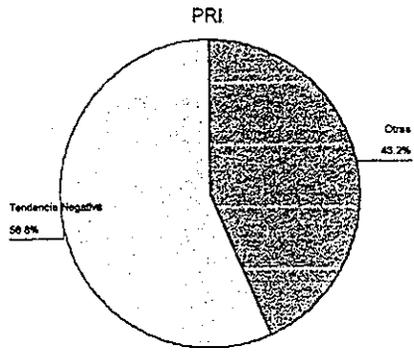
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	31	62.0	62.0	62.0
	Tendencia Negativa	19	38.0	38.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

PRD

Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	18	81.8	81.8	81.8
	Tendencia Negativa	4	18.2	18.2	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

TENDENCIA NEGATIVA sacativa



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tendencia Negativa en Igualdad Política Comparación

PRI

Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	7	58.3	58.3	58.3
	Tendencia negativa	5	41.7	41.7	100.0
	Total	12	100.0	100.0	

PAN

Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	14	63.6	63.6	63.6
	Tendencia negativa	8	36.4	36.4	100.0
	Total	22	100.0	100.0	

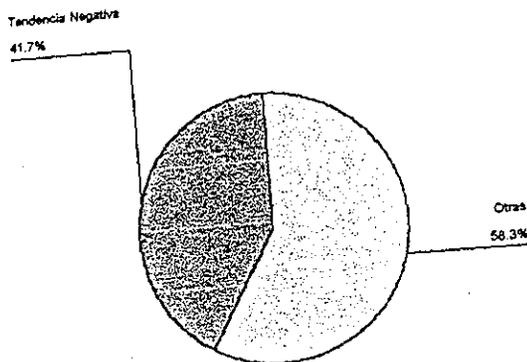
PRD

Tendencia Negativa

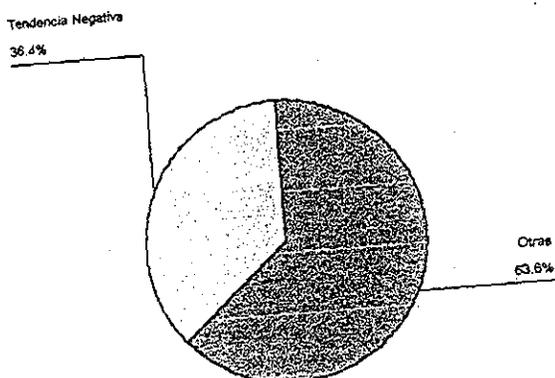
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	4	66.7	66.7	66.7
	Tendencia negativa	2	33.3	33.3	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

TENDENCIA NEGATIVA CADA VEZ MAS POSITIVA

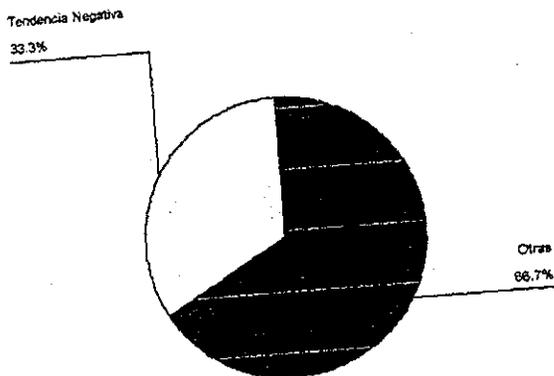
PRI



PAN



PRD



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tendencia Negativa en Fraternalidad y Tolerancia Comparación

PRI

Tendencia negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	16	64.0	64.0	64.0
	Tendencia negativa	9	36.0	36.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

PAN

Tendencia negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	4	28.6	28.6	28.6
	Tendencia Negativa	10	71.4	71.4	100.0
	Total	14	100.0	100.0	

PRD

Tendencia negativa

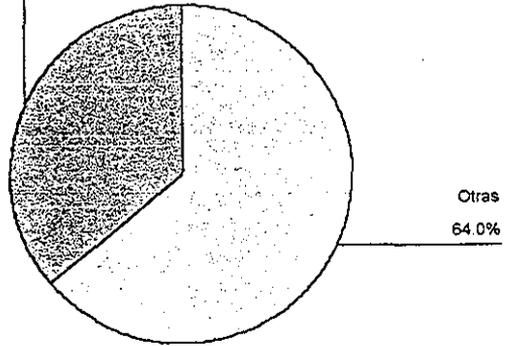
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	5	45.5	45.5	45.5
	Tendencia Negativa	6	54.5	54.5	100.0
	Total	11	100.0	100.0	

TECNOLOGIA INGENIERIA
ELECTRICA Y ELECTRONICA

PRI

Tendencia Negativa

36.0%



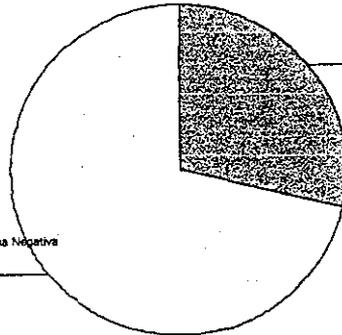
PAN

Tendencia Negativa

71.4%

Otras

28.6%



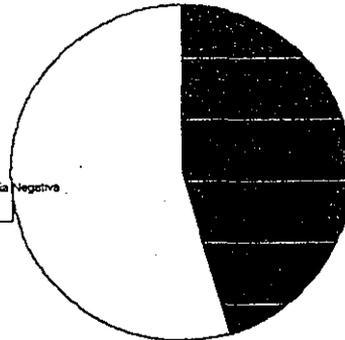
PRD

Tendencia Negativa

54.5%

Otras

45.5%



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tendencia Negativa en Derechos Individuales Comparación

PRI

Tendencia Negativa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	45	88.2	88.2	88.2
	Tendencia Negativa	6	11.8	11.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

PAN

Tendencia Negativa

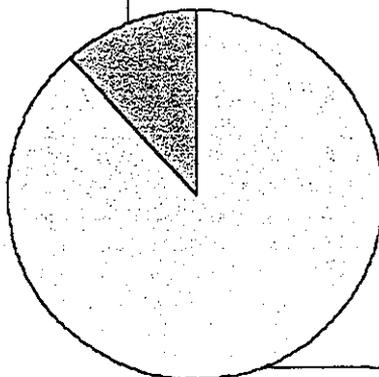
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Otras	19	76.0	76.0	76.0
	Tendencia Negativa	6	24.0	24.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

TENDENCIA NEGATIVA DIVERSIFICACIONES

PRI

Tendencia Negativa

11.8%



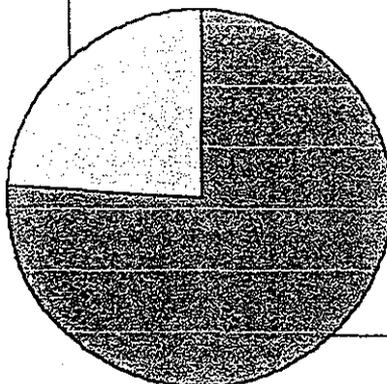
Otras

88.2%

PAN

Tendencia Negativa

24.0%



Otras

76.0%

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Libertad Democrática:**Expresión y Opinión
Comparación de Tendencias****Libertad de Expresión del PRI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	13	92.9	92.9	92.9
	Positiva	1	7.1	7.1	100.0
	Total	14	100.0	100.0	

Libertad de Expresión del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	7	100.0	100.0	100.0

Libertad de Expresión del PRD

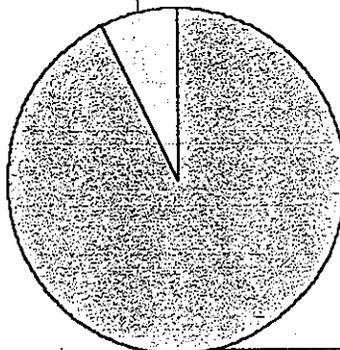
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	4	100.0	100.0	100.0

LIBERTADES
DEMOCRÁTICAS
EXPRESIÓN
Y
OPINIÓN

PRI

Positiva

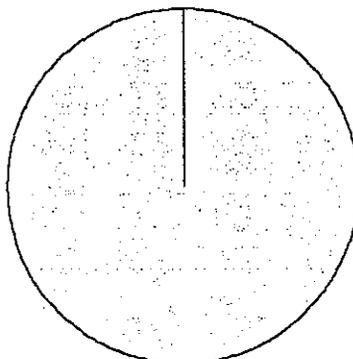
7.1%



Negativa

92.9%

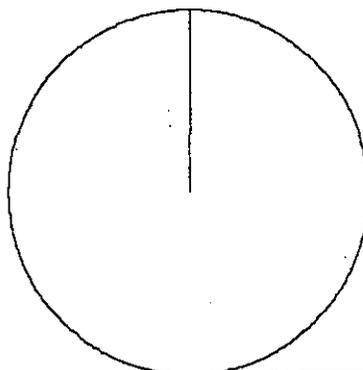
PAN



Negativa

100.0%

PRD



Negativa

100.0%

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**Libertad Democrática: Pensamiento
Comparación de Tendencias**

Libertad de Pensamiento del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	2	50.0	50.0	50.0
	Positiva	2	50.0	50.0	100.0
	Total	4	100.0	100.0	

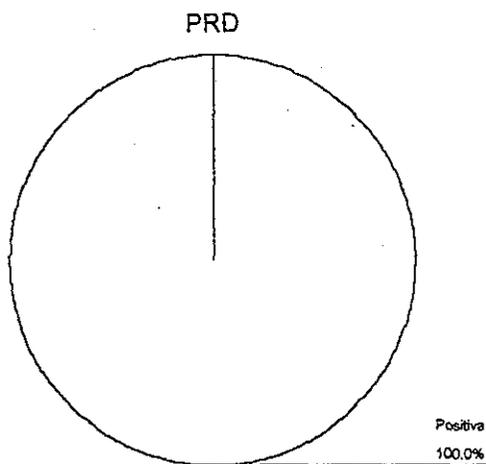
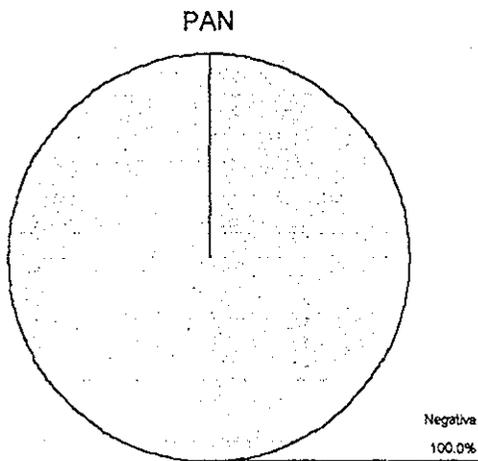
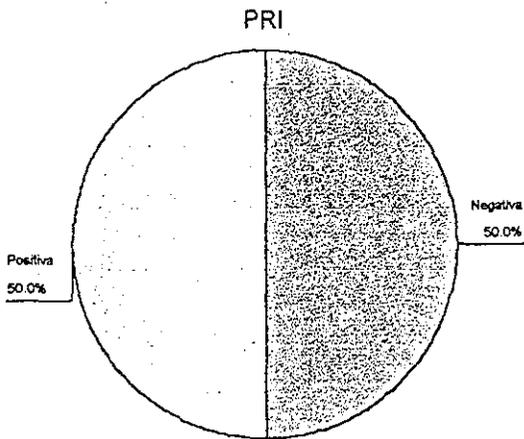
Libertad de Pensamiento del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	1	100.0	100.0	100.0

Libertad de Pensamiento del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	1	100.0	100.0	100.0

LIBERTADES DEMOCRÁTICAS
Pensamiento



**Libertad Democrática: Manifestación
Comparación de Tendencias**

Libertad de Manifestación del PRI

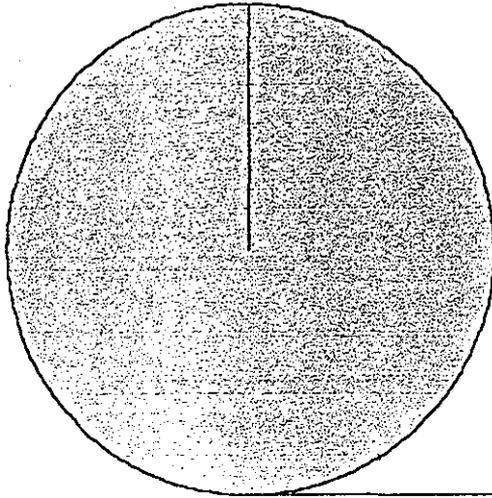
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	5	100.0	100.0	100.0

Libertad de Manifestación del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	6	100.0	100.0	100.0

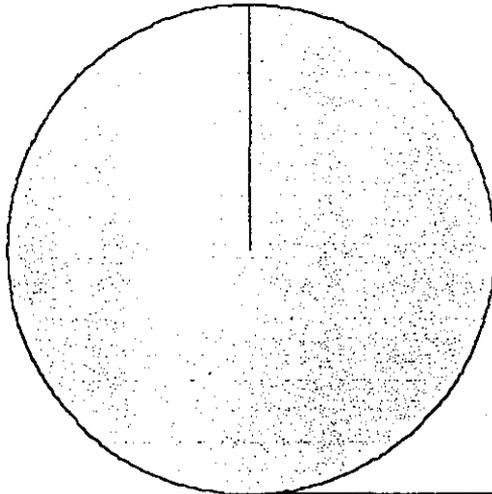
LIBERTADES
DEMOCRÁTICAS
Manifestación

PRI



Negativa
100.0%

PAN



Negativa
100.0%

**Libertad Democrática: Sufragio
Comparación de Tendencias**

Libertad de Sufragio del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Neutral	2	100.0	100.0	100.0

Libertad de Sufragio del PAN

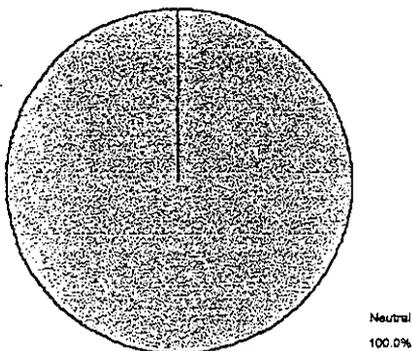
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Neutral	26	92.9	92.9	92.9
	Positiva	2	7.1	7.1	100.0
	Total	28	100.0	100.0	

Libertad de Sufragio

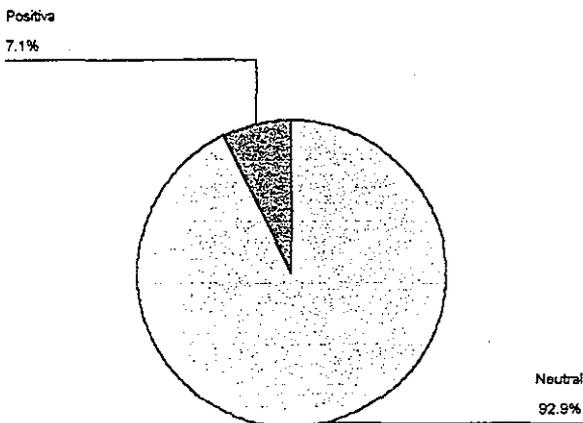
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Neutral	9	81.8	81.8	81.8
	Positiva	2	18.2	18.2	100.0
	Total	11	100.0	100.0	

LIBERTAD E DEMOCRATICAS
10.000.000

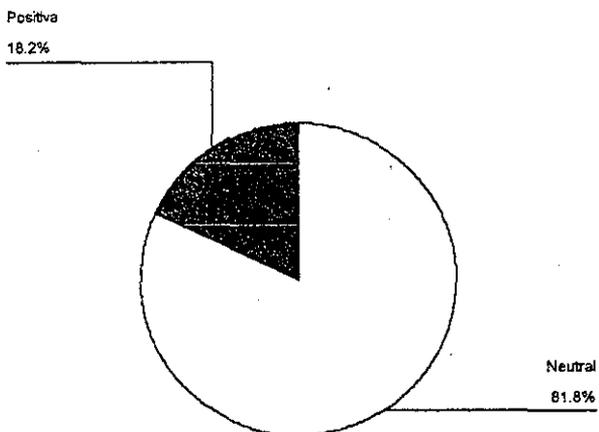
PRI



PAN



PRD



**Libertad Democrática: Asociación
Comparación de Tendencias**

Libertad de Asociación del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	1	100.0	100.0	100.0

Libertad de Asociación del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	4	100.0	100.0	100.0

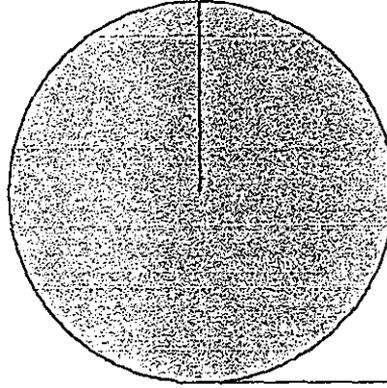
Libertad de Asociación del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	3	100.0	100.0	100.0

LIBERTADES
DEMOCRÁTICAS

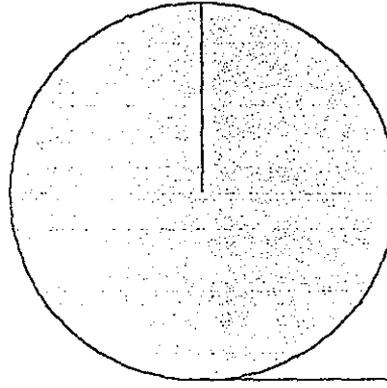
ASOCIACIÓN

PRI



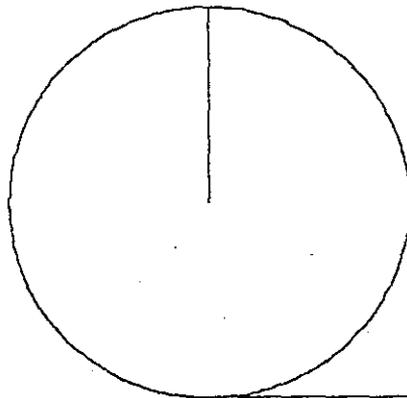
Negativa
100.0%

PAN



Negativa
100.0%

PRD



Positiva
100.0%

Libertad Democrática: Empleo
Comparación de Tendencias

Libertad de Empleo del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	11	100.0	100.0	100.0

Libertad de Empleo del PAN

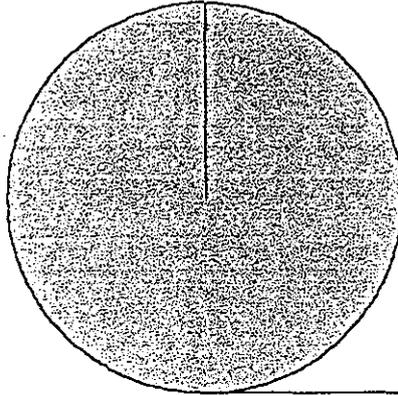
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	3	100.0	100.0	100.0

Libertad de Empleo del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	3	100.0	100.0	100.0

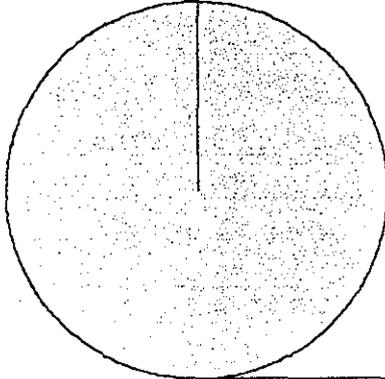
LIBERTADES DEMOCRATICAS
E M P I O

PRI



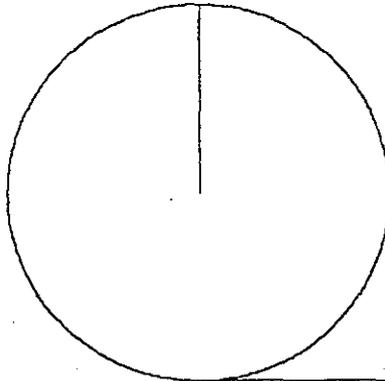
Positiva
100.0%

PAN



Positiva
100.0%

PRD

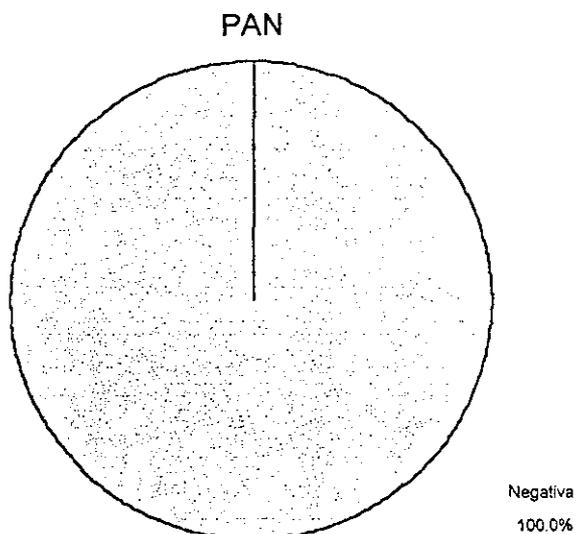


Positiva
100.0%

Libertad Democrática: Reunión
Comparación de Tendencias

Libertad de reunión del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	1	100.0	100.0	100.0



Igualdad Política:**Frente a la Ley
Comparación de Tendencias****Frente a la Ley del PRI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	5	100.0	100.0	100.0

Frente a la Ley del PAN

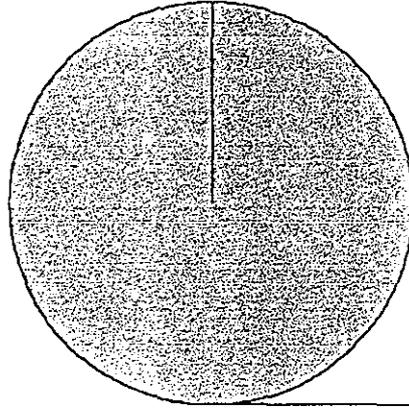
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	8	100.0	100.0	100.0

Frente a la Ley del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	1	100.0	100.0	100.0

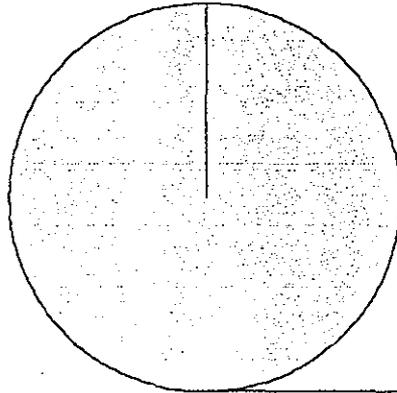
I GUALDAD POLITICA Frente a la Ley

PRI



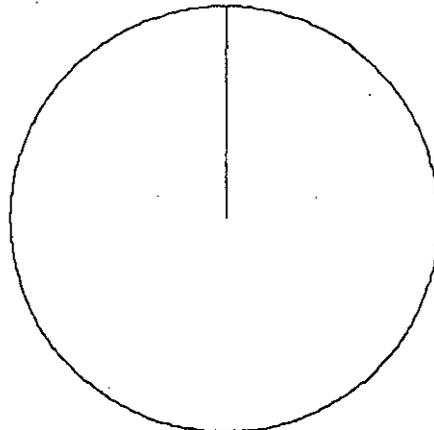
Positiva
100.0%

PAN



Positiva
100.0%

PRD



Positiva
100.0%

Igualdad Política:**Frente a la Diversidad
Comparación de Tendencias****Frente a la Diversidad del PRI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	5	71.4	71.4	71.4
	Positiva	2	28.6	28.6	100.0
	Total	7	100.0	100.0	

Frente a la Diversidad del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	8	66.7	66.7	66.7
	Positiva	4	33.3	33.3	100.0
	Total	12	100.0	100.0	

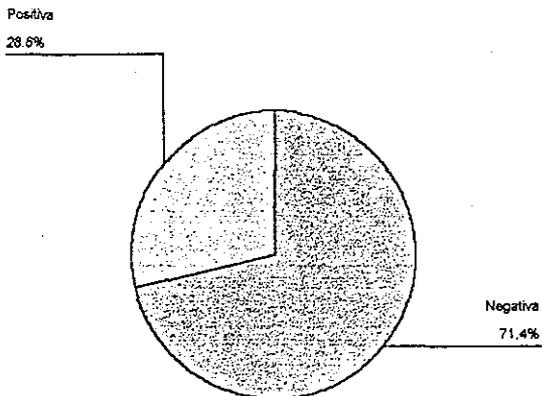
Frente a la Diversidad del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	2	66.7	66.7	66.7
	Positiva	1	33.3	33.3	100.0
	Total	3	100.0	100.0	

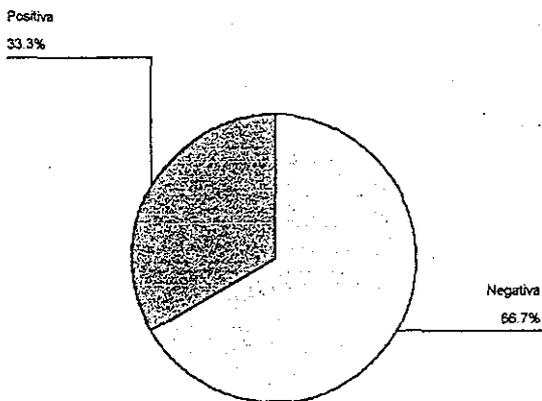
I
G
U
A
L
D
A
D
P
O
L
I
T
I
C
A

F
e
d
e
r
a
l
D
i
v
i
s
i
o
n

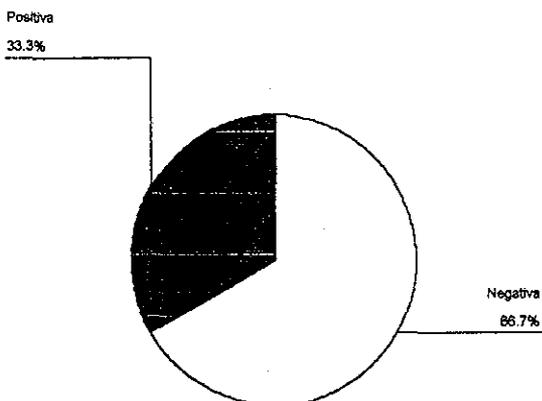
PRI



PAN



PRD



Igualdad Política:

**Frente al Sufragio
Comparación de Tendencias**

Frente al Sufragio del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	2	100.0	100.0	100.0

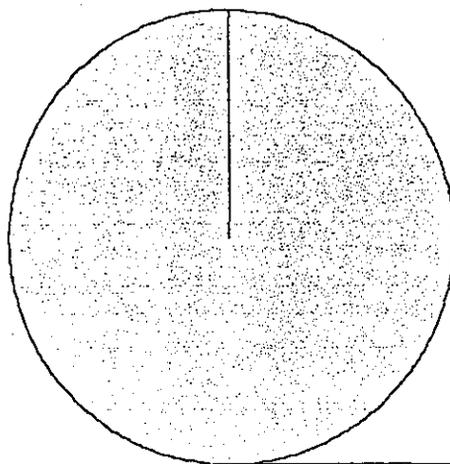
Frente al Sufragio del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	2	100.0	100.0	100.0

I
G
U
A
L
D
A
D
P
O
L
Í
T
I
C
A

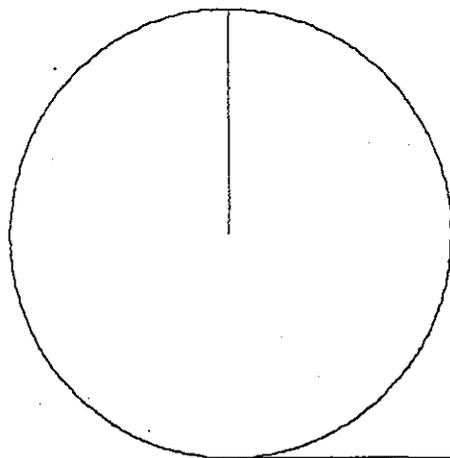
F
R
O
N
T
E
I
N
T
E
R
N
A
C
I
O
N
A
L

PAN



Positiva
100.0%

PRD



Positiva
100.0%

Fraternidad y Tolerancia:

**Inclusión de Minorías
Comparación de Tendencias**

Inclusión de Minorías del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	11	100.0	100.0	100.0

Inclusión de Minorías del PAN

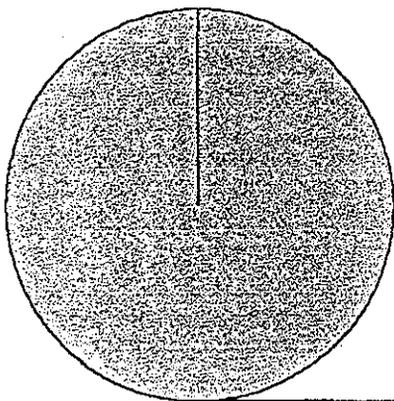
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	1	100.0	100.0	100.0

Inclusión de Minorías del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	4	100.0	100.0	100.0

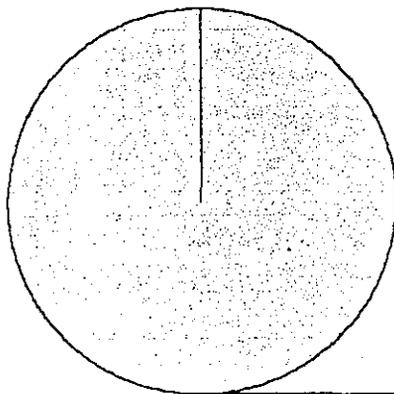
FRATERNIDAD Y TOLERANCIA
INCISIONES MINORSA

PRI



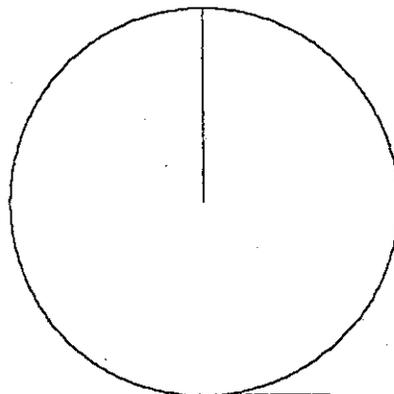
Positiva
100.0%

PAN



Positiva
100.0%

PRD



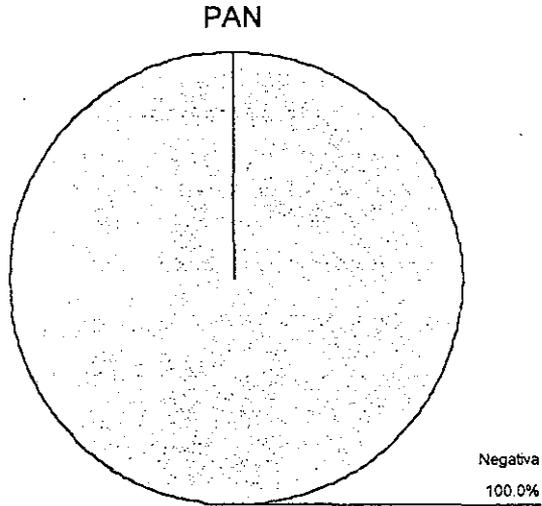
Positiva
100.0%

Fraternidad y Tolerancia:

**Respeto a las Minorías
Comparación de Tendencias**

Respeto a las Minorías del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	1	100.0	100.0	100.0



Fraternidad y Tolerancia:

**Respeto a la Diversidad
Comparación de Tendencias**

Respeto a la Diversidad del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	9	64.3	64.3	64.3
	Positiva	5	35.7	35.7	100.0
	Total	14	100.0	100.0	

Respeto a la Diversidad del PAN

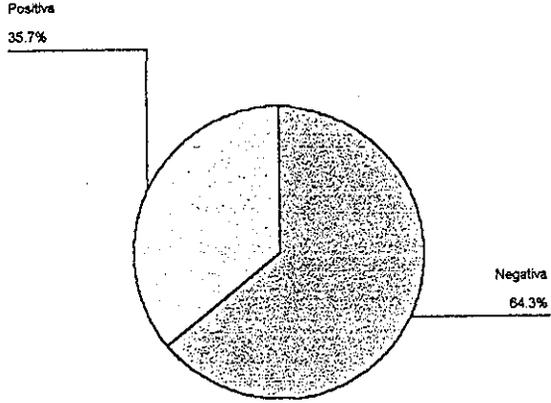
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	9	75.0	75.0	75.0
	Positiva	3	25.0	25.0	100.0
	Total	12	100.0	100.0	

Respeto a la Diversidad del PRD

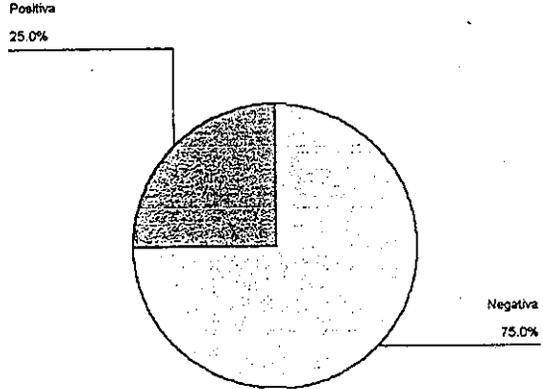
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	6	85.7	85.7	85.7
	Positiva	1	14.3	14.3	100.0
	Total	7	100.0	100.0	

FRATERNIDAD Y SOLIDARIDAD
RESPONSABILIDAD

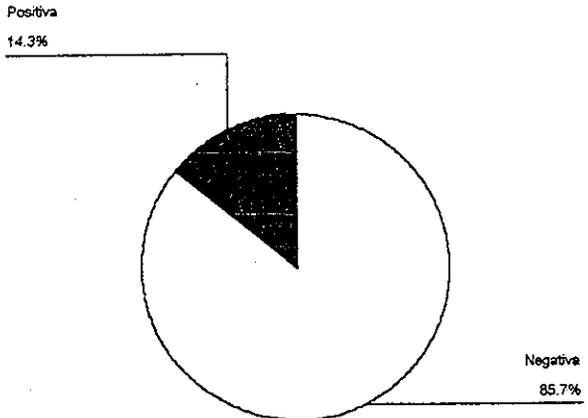
PRI



PAN



PRD



Derecho Individual:**Igualdad y No Discriminación
Comparación de Tendencias****Igualdad y No Discriminación del PRI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	4	21.1	21.1	21.1
	Positiva	15	78.9	78.9	100.0
	Total	19	100.0	100.0	

Igualdad y No Discriminación del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	4	66.7	66.7	66.7
	Positiva	2	33.3	33.3	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

Igualdad y No Discriminación del PRD

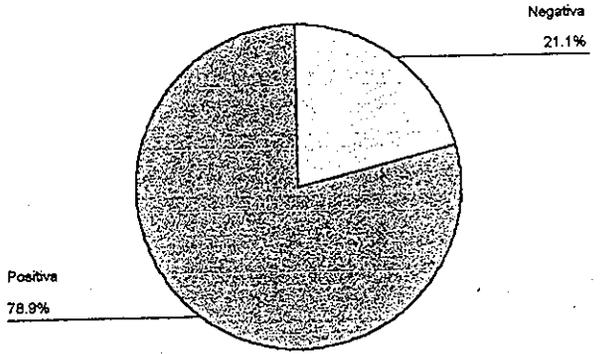
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	5	100.0	100.0	100.0

DEFECHOS INDIVIDUALES

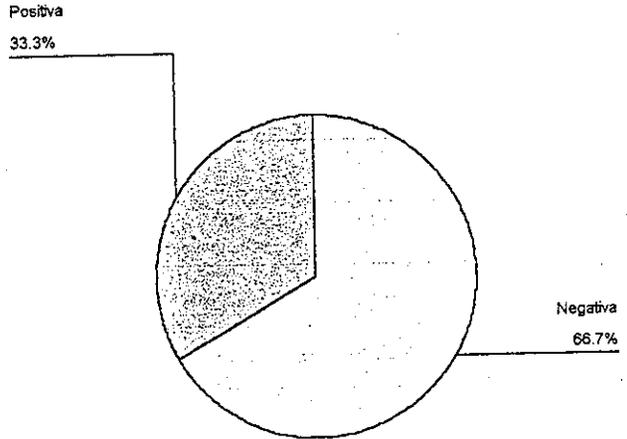
INDIVIDUAL

NO DISMINUCION

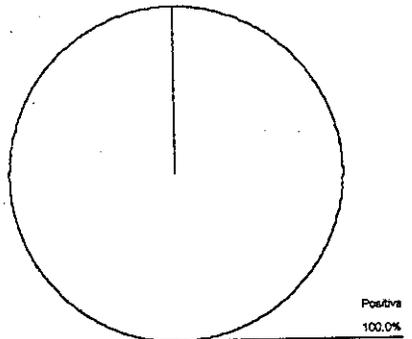
PRI



PAN



PRD



Derecho Individual:

**Protección de la Vida Privada
Comparación de Tendencias**

Protección de la Vida Privada del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	2	100.0	100.0	100.0

Protección de Vida Privada del PAN

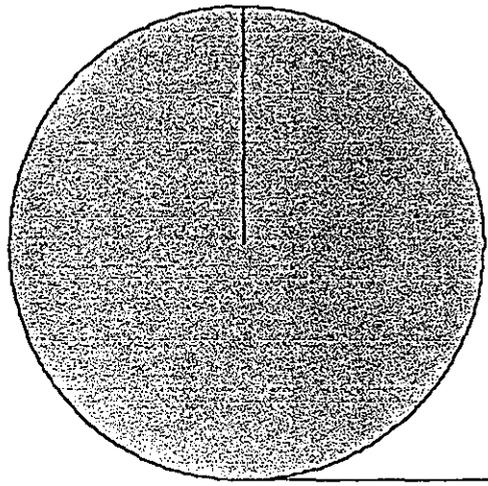
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negativa	2	100.0	100.0	100.0

DEEECHOS INDIVIDUALES

Proposiciones de la

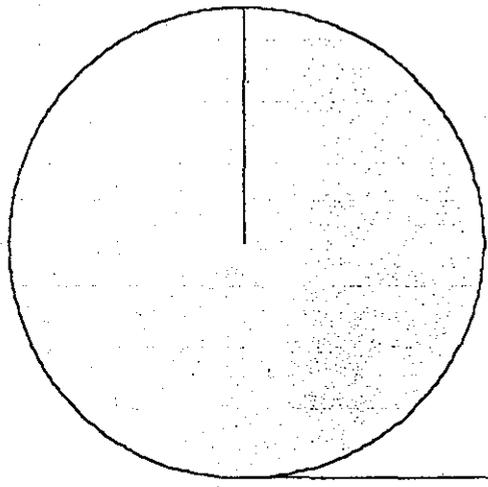
Vida Privada

PRI



Negativa
100.0%

PAN



Negativa
100.0%

**Derechos Individuales: Libertad y Seguridad Personal
Comparación**

Libertad y Seguridad del PRI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	11	100.0	100.0	100.0

Libertad y Seguridad del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	7	100.0	100.0	100.0

Libertad y Seguridad del PRD

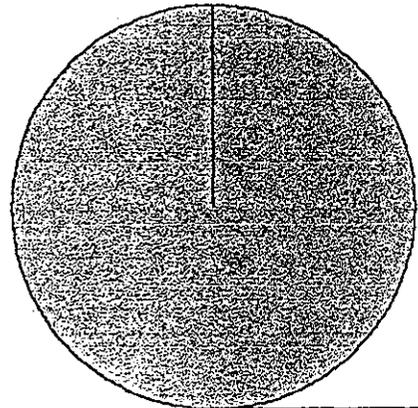
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	3	100.0	100.0	100.0

DEREGULATED INDIVIDUALS

Liberty and Security

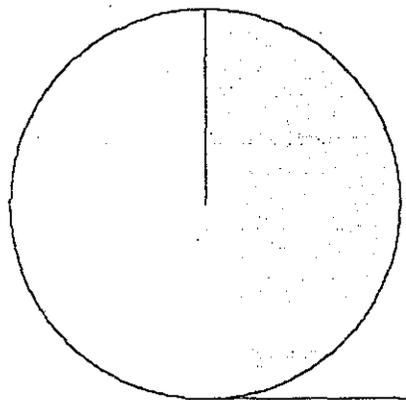
Personal

PRI



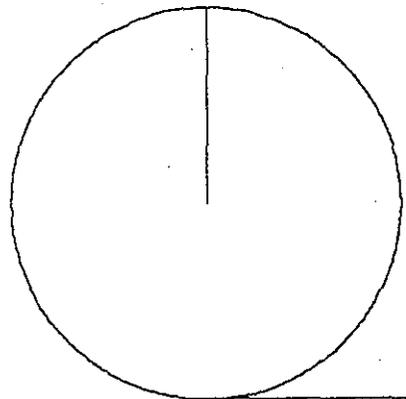
Positiva
100.0%

PAN



Positiva
100.0%

PRD



Positiva
100.0%

Derecho Individual:**A la Vida
Comparación de Tendencias****A la Vida del PRI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	2	100.0	100.0	100.0

A la Vida del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	1	100.0	100.0	100.0

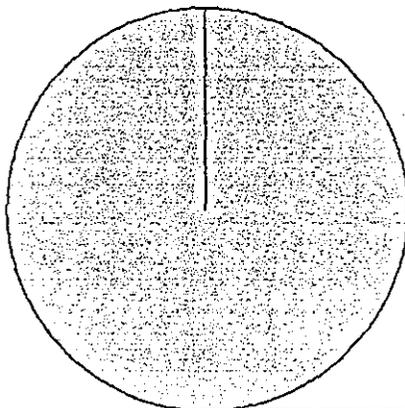
A la Vida del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	1	100.0	100.0	100.0

DEFECHOS INDIVIDUALES

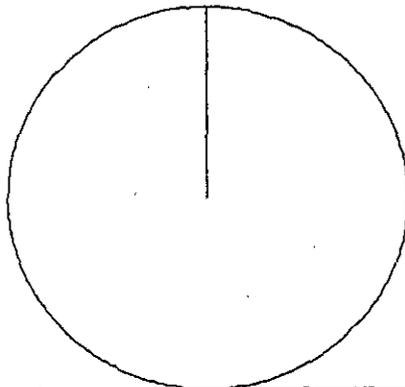
Ala Vidua

PRI



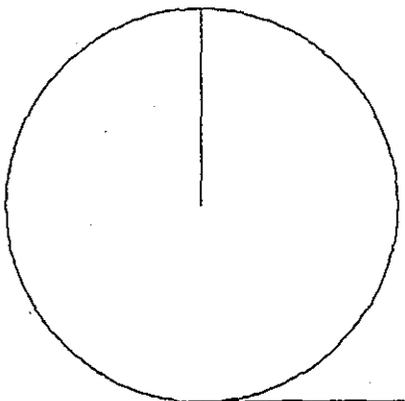
Positiva
100.0%

PAN



Positiva
100.0%

PRD



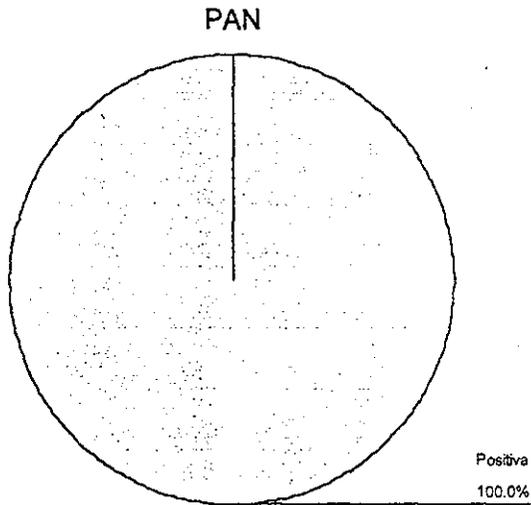
Positiva
100.0%

Derecho Individual:

**Ausencia de Servidumbre y Tortura
Comparación de Tendencias**

Ausencia de Servidumbre del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	2	100.0	100.0	100.0



Derecho Individual:**Educación
Comparación de Tendencias****Educación del PRI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	7	100.0	100.0	100.0

Educación del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	6	100.0	100.0	100.0

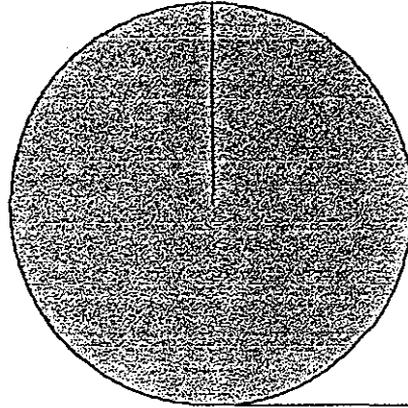
Educación del PRD

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	7	100.0	100.0	100.0

SEELAU INDIVIDUALS SEARCHED

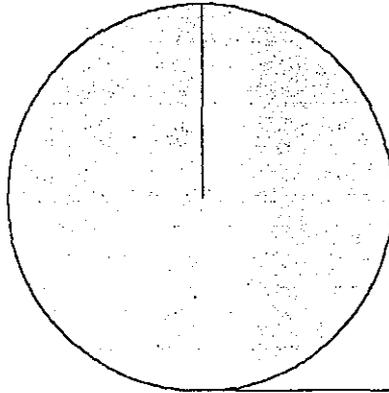
HO-CH-CH

PRI



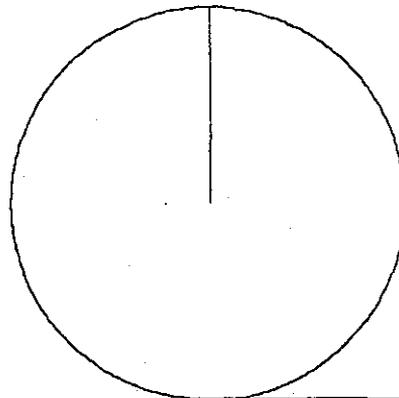
Positiva
100.0%

PAN



Positiva
100.0%

PRD



Positiva
100.0%

Derechos Individuales:**Información
Comparación de Tendencias****Información del PRI**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	10	100.0	100.0	100.0

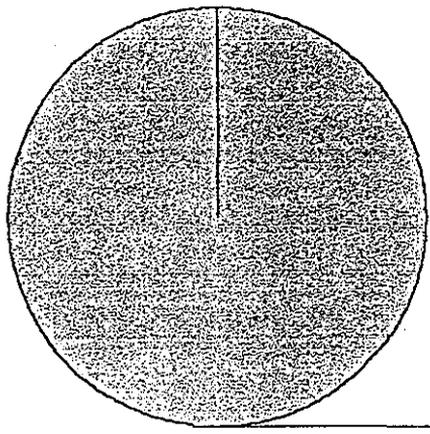
Información del PAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Positiva	1	100.0	100.0	100.0

D
S
O
C
I
E
T
Y
I
N
D
I
V
I
D
U
A
L
S

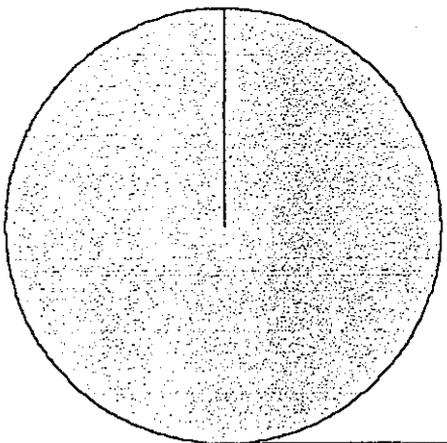
H
O
M
O
S
E
X
U
A
L
I
T
Y

PRI



Positiva
100.0%

PAN



Positiva
100.0%