



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**“El papel de los medios de comunicación en el abstencionismo,
(estudio de caso en la elección de Ayuntamientos del año 2000,
en el municipio de San Martín de las Pirámides Estado de
México)”.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A

MARTHA ELOÍSA REYES OLIVA

ASESORA:

ELINA SONIA HERNÁNDEZ CARBALLIDO



MÉXICO, D. F.

SEPTIEMBRE 2005.



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a DIOS, por estar siempre cerca de mí.

A mi MADRE por haberme dado el regalo más grande que es la VIDA, por ser mi mayor ejemplo de entrega, lucha y trabajo, como mujer, madre y padre porque gracias a ella estoy aquí.

A mi alma mater la UNAM por todo lo que medió y que contribuyó necesariamente en mi formación humana y profesional.

DEDICO

Este gran esfuerzo a mi hija Ameyalli, que es el motivo que me inspira a continuar en la lucha de trabajo y superación humana.

A mis hermanos, a toda mi familia y amigos que han contribuido en éste logro.

Septiembre 2005.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
--------------	---

CAPÍTULO I

1.- <u>EI ABSTENCIONISMO, LA CULTURA POLÍTICA Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA</u>	1
1.1 El Abstencionismo.....	3
1.1.1 Una vuelta por el mundo.....	10
1.1.2 ¿Y en México qué?.....	21
1.1.2.1 ¿Cómo se vota en México?.....	25
1.2 La Cultura	37
1.2.1 Cultura política.....	42
1.2.2 La democracia como forma de vida.....	50
1.2.3 El bien común.....	53
1.3 La participación ciudadana.....	59
1.3.1 Formas de participación ciudadana.....	65

CAPÍTULO II

2.- <u>LAS ELECCIONES DEL AÑO 2000 EN EL ESTADO DE MÉXICO</u>	72
2.1 Geografía.....	72
2.2 El Instituto Electoral del Estado de México.....	81
2.2.1 Antecedentes.....	82
2.2.2 El IEEM ahora.....	86
2.2.3 Su integración.....	90
2.3 Organización y resultados de la elección municipal.....	96

CAPÍTULO III

3.- <u>FORMA O CONTENIDO ¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RESPONSABLES DEL ABSTENCIONISMO?</u>	110
3.1 Comunicación política, ¿forma o contenido?.....	110
3.2 Los hábitos informativos.....	118
3.3 Los mass media en los procesos electorales.....	124
3.3.1 El árbitro.....	124
3.3.2 Las partes.....	129
3.3.3 El comportamiento de los medios en la elección federal.....	141
3.3.4 El comportamiento de los medios en la elección local.....	149

CAPÍTULO IV

4.- <u>LA ENCUESTA</u>	168
4.1 Metodología.....	168
4.2 El cuestionario.....	176
4.3 Los resultados.....	177
5.- <u>CONCLUSIONES</u>	181
6.- <u>ANEXO</u>	
Gráficas.....	194
7.- <u>APÉNDICES</u>	
Texto de la entrevista con el Licenciado Miguel Ángel Juárez Franco.....	236
Cuestionario.....	253
8.- <u>BIBLIOGRAFÍA, HEMEROGRAFÍA E INTERNET</u>	261

INTRODUCCIÓN

La última década del milenio destacó en el ámbito político de nuestro país por ser el período en que la democracia comenzó a dar frutos: la participación ciudadana en la organización de las elecciones, considerando que el voto legitima los gobiernos electos y representa hoy por hoy la mejor forma de elegir a nuestros gobernantes.

Hoy en día las elecciones y el ejercicio de la actividad política, principalmente en tiempos electorales se llevan a cabo a través de los medios masivos de comunicación, las campañas políticas ya no son mediante las estructuras partidarias, ni de contacto directo con la ciudadanía sino a través de los medios. Para ello los partidos políticos han canalizado tres cuartas partes de sus recursos y han establecido esta forma como el vínculo con la ciudadanía. La penetración que tienen los mass media en la sociedad, primordialmente la televisión, es definitiva en la popularidad que alcanzan los candidatos.

No obstante, la gran difusión que pueden tener los candidatos existe un gran problema: el abstencionismo, el cual se define como la falta de participación, repercute negativamente sobre la democracia, ya que impide la manifestación del aprecio o rechazo de los ciudadanos hacia el (los) candidato (s) o el (los) partido (s) político (s), lo que implica el desconocimiento y la desinformación de los planes, programas, de las políticas públicas que instrumentará el candidato electo y esté lejos entonces de representar los intereses y las necesidades de gran parte de la ciudadanía. En el Estado de México por ejemplo, el abstencionismo significó casi el 50% en las elecciones de 1999.

Por lo tanto, es importante conocer si entre las causas que originan este problema en los procesos electorales los medios masivos de comunicación son fundamentales, ya que la falta de participación ciudadana, demuestra el desinterés y apatía de los habitantes por los

asuntos públicos, de gobierno, en la toma de decisiones que finalmente incide y materializan los representantes electos, en la calidad de vida que tenemos y la que desearíamos tener.

Los partidos políticos como protagonistas, las autoridades electorales como organizadores del evento y los propios ciudadanos estamos preocupados por ese sector que representa el 40 o 50 por ciento de la población, que no asiste a las urnas y manifiesta su opinión.

La ausencia de educación cívica y política que responde a valores culturales, entre los que se encuentra la falta de información propicia, fomenta la no participación, sin embargo: la ignorancia no absuelve la responsabilidad de ejercer el voto.

Para estudiar este problema, nos enfocaremos a revisar el proceso electoral del año 2000 en el Estado de México en donde se conocerán los hábitos informativos de los ciudadanos mediante un muestreo, el cual se llevó a cabo con un grupo de ciudadanos, que no ejercieron su derecho al voto en la elección para renovar al Ayuntamiento de San Martín de las Pirámides. Luego entonces, se conocerá si el alto porcentaje de abstencionismo, en la elección, tiene que ver con los hábitos informativos de los ciudadanos u obedece a otras causas.

La elección del lugar se debe a los siguientes factores: la oportunidad profesional que tuve de prescindir la organización de la elección en San Martín de las Pirámides, en representación de la autoridad electoral me permitió contar con los elementos teóricos y prácticos para llevar a cabo este trabajo, además de ser la fuente de inspiración del mismo.

El abstencionismo que alcanzó en el Estado de México en 1999 fue casi del 50% por

lo tanto el proceso electoral del 2000 era de gran trascendencia por la expectativa que generó a nivel nacional por la elección presidencial y por lo tanto el efecto que causaría en la elección local.

Finalmente el factor determinante fue el poder acceder directamente a los ciudadanos abstencionistas, que no es cosa sencilla ya que el voto es secreto; sin embargo un representante de partido político me permitió acceder a la lista nominal que utilizaron sus representantes de casilla el día de la jornada electoral y aplicar directamente a los abstencionistas la encuesta programada respectiva y conocer así los motivos que fundaron su falta de participación.

El objetivo general de la investigación es saber si el alto porcentaje de abstencionismo en la elección para renovar al ayuntamiento de San Martín de las Pirámides, tiene que ver con los hábitos informativos de los ciudadanos u obedece a otras causas.

Por su parte los objetivos particulares que guían la investigación serán:

- ✓ Definir los conceptos de abstencionismo, cultura política y participación ciudadana.
- ✓ Determinar la relación entre el abstencionismo, la cultura política y la participación ciudadana.
- ✓ Conocer las características socioeconómicas, culturales y educativas del Estado de México.
- ✓ Presentar al órgano encargado de la organización de las elecciones en el estado de México.
- ✓ Determinar si es la oferta de los medios de comunicación, en tiempos electorales la responsable del abstencionismo.
- ✓ Determinar si es la forma o el contenido de la información en las campañas electorales la causa del abstencionismo.
- ✓ Elaborar una encuesta que se aplicará a los ciudadanos que no votaron en el

municipio de San Martín de las Pirámides, para conocer sus hábitos informativos y las causas que determinaron la abstención.

La hipótesis que tratará de demostrarse es: los medios de comunicación inciden en el acto voluntario de no ejercer el derecho al voto (abstención) de los ciudadanos porque actualmente las campañas políticas son mediáticas, por lo tanto, los candidatos que tienen mayor acceso tienen mayor popularidad.

En cumplimiento de lo antes expuesto, se advierte que en el Capítulo I del trabajo se presenta un marco teórico y de referencia respecto del abstencionismo ubicando su importancia en la esfera mundial y en la nacional durante la última mitad del siglo, el comportamiento de los votantes por entidad y por ideología (partido político) respecto del abstencionismo, además se destaca la importancia de la cultura política y la participación ciudadana en los diferentes ámbitos de desarrollo ciudadano, como propuesta o solución al problema a mediano y largo plazo.

Destaca el ejercicio histórico del voto en nuestro país así como las reformas más destacadas respecto a la actividad electoral, que continúa en evolución con el afán de actualizar, regular y perfeccionar la legislación en materia electoral.

Para ubicar y conocer el conocimiento de los actores en un proceso electoral, el Capítulo II muestra una biografía del Estado de México, en virtud de que uno de sus municipios es objeto de una encuesta para el presente trabajo, por lo cual es necesario conocer el universo al cual pertenece. Enseguida se elabora una semblanza del Instituto Electoral del Estado de México que es la institución encargada de la organización de los procesos electorales en la entidad, detallando a grandes rasgos las diferentes etapas y actos necesarios para su desarrollo. Finalmente se presenta un resumen del proceso electoral que se llevó a cabo en el municipio de San Martín de las Pirámides y con ello conocer el

antecedente del sufragio ciudadano de dicho proceso electoral correspondiente al año 2000.

Con el objeto de encontrar elementos que permitan demostrar la tesis propuesta, el Capítulo III aborda el papel de los medios en los procesos electorales, se informa del marco legal que sustenta las actividades de la autoridad electoral, en este caso las referentes al uso de los mass media que regulan la actividad con los partidos políticos en las campañas electorales. Se presentan los resultados de los monitoreos hechos tanto en el proceso electoral federal como del local para conocer la cantidad y el tipo de información que presentan los medios de los partidos políticos así como de los candidatos.

Se complementa el capítulo con una entrevista realizada al Licenciado Miguel Ángel Juárez Franco exconsejero del Consejo general del IEEM, el cual da su punto de vista valioso y determinante por su formación periodística, respecto del papel de los mass media y el proceso electoral del 2000 del que el fue actor. Su experiencia nutre, informa, argumenta y precisa los resultados del capítulo así como del trabajo.

Finalmente, el capítulo IV detalla la metodología que se llevó a cabo en el muestreo, los datos generales del municipio de San Martín de las Pirámides ubicación, población, economía, servicios, información que sirvió de referencia para la interpretación de los resultados obtenidos. Enseguida se hace una descripción del cuestionario utilizado para la encuesta con los abstencionistas y para concluir la presentación de los resultados de forma gráfica y escrita.

En virtud de lo antes expuesto y con el objeto de concluir mi formación profesional se presenta este trabajo, en aras que sea útil a mis compañeros, a los ciudadanos y a la sociedad en general para que participe y defina razonablemente su voto en espera de mejorar las condiciones de vida de cada uno de los mexicanos.

RESUMEN

La tesina propone a los medios de comunicación masiva como una de las causas del problema del abstencionismo, partiendo de que en la actualidad las campañas electorales se hacen en ellos y reafirmando las ideas del vox populi: "candidato que no es visto no es conocido", ó "político pobre es un pobre político".

El capítulo primero aborda el origen del abstencionismo y se representa con estadísticas a nivel mundial y nacional además se muestra un cuadro histórico de lo que ha sido el abstencionismo para México por entidad y por partido político. Define y propone a la cultura política y a la participación ciudadana como valores esenciales en la práctica cotidiana de nuestra vida en los diferentes ámbitos. Presenta las diversas formas de expresión y participación ciudadana entre la sociedad y el gobierno como corresponsables del bienestar y desarrollo de sus habitantes.

La geografía del Estado de México, la integración social, económica, educativa, poblacional y política; son parámetros que se muestran en el segundo capítulo que nos permiten conocer la justa dimensión que tiene la entidad hacia el interior y el exterior como miembros de una federación. Presenta al Instituto Electoral del Estado de México como un organismo autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio como responsable de organizar, desarrollar y vigilar los procesos electorales en la entidad, particularmente la organización y resultados de la elección del municipio de San Martín de las Pirámides como el propósito de estudio en este trabajo.

Es la forma o el contenido de los mensajes que transmiten los medios de comunicación, el origen del abstencionismo. La tesina presenta y desarrolla el concepto de comunicación política y sus objetivos. En contraparte los hábitos informativos de los ciudadanos y finalmente el papel que juegan los mass media para la autoridad electoral y para los partidos políticos con la participación destacada mediante una entrevista del Licenciado Miguel Angel Juárez Franco, ex consejero del Consejo General del IEEM y periodista de profesión.

Para concluir el capítulo cuarto presenta la elaboración, aplicación y resultados de un muestreo llevado a cabo en el municipio de San Martín de las Pirámides a ciudadanos que se abstuvieron de votar en el proceso electoral 2000, con el propósito de conocer la o las causas que originaron su no participación en el evento antes señalado.

CAPÍTULO I

EL ABSTENCIONISMO, LA CULTURA POLÍTICA Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

“Son necesarias muchas generaciones humanas para poder pasar de una forma de gobierno a otra. Antes de construir una ciudad hay que formar ciudadanos.”

Dantón

La última década del siglo pasado fue importante para la vida del país, porque entre otras cosas, en 1990 con la creación del Instituto Federal Electoral (IFE) y la integración ciudadana del mismo, se cimentaron las bases para el ejercicio democrático del poder. La creación del IFE colocó la primera piedra, al delegar la organización de las elecciones del país a una institución autónoma, independiente del Gobierno Federal, el cual se había desempeñado como juez y parte hasta antes de la creación del mismo. La creación del IFE se sustenta en el artículo 41 fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Y es precisamente la participación de los ciudadanos en el organismo lo que le ha dado la credibilidad y confianza, al ser testigos y partícipes de las diferentes etapas de organización en los procesos electorales. La participación ciudadana se observa en los cargos a desempeñar durante los procesos electorales tales como: funcionarios electorales, representantes de partidos políticos, funcionarios de casillas, observadores electorales y en la integración del propio Consejo General, que es el órgano superior de dirección del cual participan en su integración: el Congreso de la Unión, los partidos políticos nacionales y los ciudadanos.

La Constitución lo señala: "*la organización de las elecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un organismo público, autónomo...*"¹ y para ello, la creación del Instituto Federal Electoral fue un parteaguas en la lucha ciudadana por la democracia, pues a partir de su fundación, diferentes estados de la federación voltearon la mirada, preocupados por iniciar la lucha política hacia el camino de la democracia, en su entidad.

El IFE es el encargado de la renovación de los poderes de la Unión: presidente de la república, senadores y diputados, pero no de la correspondiente a las entidades federativas.

El Instituto Electoral del Estado de México, creado en 1995, en su corta vida que aún no llega al lustro ha tenido un trabajo titánico, por ser la entidad con el número de población más alta. A la fecha ha tenido bajo su cargo la organización de cuatro procesos electorales: 1996 diputados locales y ayuntamientos, 1999 gobernador, 2000 y 2002 diputados locales y ayuntamientos.

Esta ciudadanización de los órganos electorales, me ha dado la oportunidad de participar profesionalmente en tres de los procesos electorales, en los que pude aquilatar la importancia de la participación ciudadana en una elección, y que por el contrario mostró la falta de conciencia en la población, apatía y desinterés por las actividades políticas o simplemente de participación ciudadana.

Uno de los objetivos de este trabajo es buscar, indagar, conocer el origen de ese estado de indiferencia ciudadana. Cabe señalar que existen distintas formas de participación ciudadana, las cuales se abordarán más adelante; sin embargo la parte medular de este trabajo

¹ Instituto Federal Electoral, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, México, IFE, 2000, p. 41.

es el comportamiento electoral, el cual se entiende como *“el proceso de formación y de manifestación de las preferencias individuales respecto de las alternativas políticas sometidas al tamiz del voto.”*²

Algunos estudios han demostrado dos direcciones que encauzan y definen el comportamiento electoral. La primera tiene como unidad de análisis al conjunto de votos, es decir el momento culminante de éxito o fracaso, la etapa de los resultados. La segunda dirección hace referencia al individuo *“El voto constituye el momento sine qua non del proceso democrático de las decisiones políticas”*³ porque a través del voto se manifiesta él mismo (individuo), sus convicciones, sus ideales, sus decisiones.

En consecuencia, se retomará el análisis del comportamiento electoral en la segunda dirección, la referente al individuo y que comprende dos áreas de observación: la manifestación del voto y la abstención del mismo. Nos referiremos entonces al abstencionismo.

1.1 EL ABSTENCIONISMO

El abstencionismo se define como *“la falta de participación en el acto de votar”*.⁴ Se refiere a la cantidad de ciudadanos que con el derecho, del cual gozan, no van a las urnas; también existe el caso de quienes al votar, dejan la boleta en blanco o la anulan de diversos modos con toda intención. Por lo tanto, quienes no comparecen ante las urnas como quienes no expresan un voto válido manifiestan su desinterés, disgusto o desconfianza a los partidos políticos, a los candidatos o a los organismos electorales.

² Norberto Bobbio, *Diccionario de política*, México, Siglo XXI, p. 245.

³ Idem.

⁴ Ibidem, pp. 8, 9 y 10.

La actitud de apatía, representa un consenso acerca del sistema político en turno y sus reglas del juego; opera como factor de estabilidad en los países con sistemas democráticos con una cultura política homogénea. Sin embargo, cuando se manifiesta en sistemas democráticos con cultura política heterogénea y fragmentada, el abstencionismo electoral se interpreta como una manifestación de descontento: "*la ausencia en las urnas expresa una decisión política precisa y una orientación de hostilidad consciente contra el régimen*"⁵

Diversos autores responsabilizan de las causas del abstencionismo a la normatividad que regula el ejercicio del voto (instituciones electorales), así como a la poca y/o mucha obligatoriedad del voto.

Bobbio analiza el fenómeno del abstencionismo desde dos ámbitos, clasificados de acuerdo al comportamiento del ciudadano. Por un lado el correspondiente a las variables individuales, psicológicas y por otro al de las variables de grupo, políticas y sistemáticas. Para contrarrestar o disminuir el porcentaje de abstencionismo que representa el primer conjunto de variables, los electores deben de mostrar interés por la actividad política, poseer buena información política y considerar eficaz su grado de influencia en las competencias electorales.

Respecto a las variables de grupo, políticas y sistemáticas, se busca una explicación al eventual crecimiento del abstencionismo sobre todo en tres fenómenos: a) en el tipo de consulta electoral, b) en la competitividad de las elecciones y c) en la naturaleza del sistema partidista y de las organizaciones políticas (presencia y asentamiento social).

⁵ Idem.

Por ejemplo, se ha demostrado que en los procesos electorales locales la elección para integrantes del ayuntamiento es más concurrida que la de diputados; por cobertura, las elecciones locales son más asistidas que las federales, lo cual demuestra la importancia que representa para el ciudadano el tipo de consulta electoral.

La escasa competitividad de los partidos políticos provoca que con frecuencia los electores desconozcan por completo a los candidatos, los programas que sustentan tanto los partidos políticos, como los candidatos en sus campañas, esta desinformación induce claramente hacia esa actitud de apatía y desinterés por participar en el sistema político. En cambio, en los países en que la sociedad está bien informada, se demuestra un interés por participar ya que encuentra un elevado nivel de debate político y una diversidad en las plataformas electorales para elegir.

El efecto del abstencionismo en los regímenes democráticos, es la ausencia de legitimación real o potencial de sus gobernantes, de la clase política o incluso de las mismas estructuras democráticas, como en este caso los órganos electorales. Si democracia significa participación de los ciudadanos, la falta de participación debilita la democracia.

*La apatía es "un estado de indiferencia y extrañamiento, pasividad y falta de interés respecto de los fenómenos políticos. Es un comportamiento frecuentemente dictado por el sentimiento de enajenación. La apatía política es compañera de una baja receptividad de los estímulos políticos, es decir de un nivel de información sobre los fenómenos políticos sumamente bajo."*⁶

⁶ Idem.

Para contrarrestar el problema del abstencionismo, el desarrollo político es uno de los ejes que determinan en una nación: el cambio social. Carmona Herrera cita a Wilburg Jiménez Castro en su trabajo de tesis *“El desarrollo político está relacionado con los cambios de estructuras; con los procesos políticos; con una mayor eficiencia y coherencia en la labor de los órganos del Estado; con una nueva actitud de los partidos políticos que se traduzca en la fijación de objetivos nacionales en diálogo entre ellos”*.⁷

El desarrollo político de una nación determina el comportamiento del sistema político así como el grado de su desarrollo socioeconómico, históricamente el concepto de desarrollo político tiene que ver con la teoría del régimen ideal y mejor, con el proceso que acerca a un país en mayor o menor grado a un patrón establecido por la democracia y ha llegado a plantearse como una condición para la conservación de los sistemas políticos.

El licenciado Carmona Herrera señala que autores como Lucien W. Pye han encontrado que las teorías sobre desarrollo político han identificado a éste con alguno de los fenómenos que a continuación se presentan:

- ✓ El requisito político previo para el desarrollo económico.
- ✓ La política de las sociedades industriales.
- ✓ Modernización política.
- ✓ El funcionamiento del Estado nacional.
- ✓ Desarrollo administrativo y legal.
- ✓ Movilización y participación de las masas.
- ✓ Construcción de la democracia.
- ✓ Estabilidad y cambio ordenado.

⁷ Carmona Herrera José Lino, *La Administración Pública: un medio para el cambio social*, Tesis, FCPYS UNAM.

- ✓ Movilización y poder y
- ✓ Un aspecto multidimensional del cambio social

En virtud de lo antes expuesto, se destaca que el desarrollo político se identifica con la movilización y participación de masas así como la construcción de la democracia, por lo tanto el abstencionismo es un asunto que debe ser atendido desde el centro del estado mediante las políticas públicas que identifiquen el desarrollo político como su aliado en la lucha por la estabilidad y gobernabilidad.

Carmona Herrera señala que para Pye el desarrollo político mide la actividad general de todo el sistema, así como la capacidad tanto de la administración del gobierno como de la forma de gobierno, teniendo como principal característica el resolver el incremento de graves demandas y retos justos. Por lo tanto, el desarrollo político es el resultado de la capacidad del sistema para responder o resistir a presiones. Estas presiones se miden a través de las siguientes variables:

- ✓ Conciencia política
- ✓ Cultura política
- ✓ Participación política y
- ✓ Modernización política.

Si estas variables se encuentran dentro del proceso mencionado, entonces estaremos ante una sociedad desarrollada y no ante una frágil comunidad. El desarrollo político nos da como resultado un incremento en la capacidad del sistema político para manejar los asuntos públicos conforme a las demandas populares. Respecto a la organización de la forma de gobierno, el desarrollo político implica gran diferenciación estructural, gran especificidad funcional y gran integración de la participación ciudadana en dichas instituciones así como

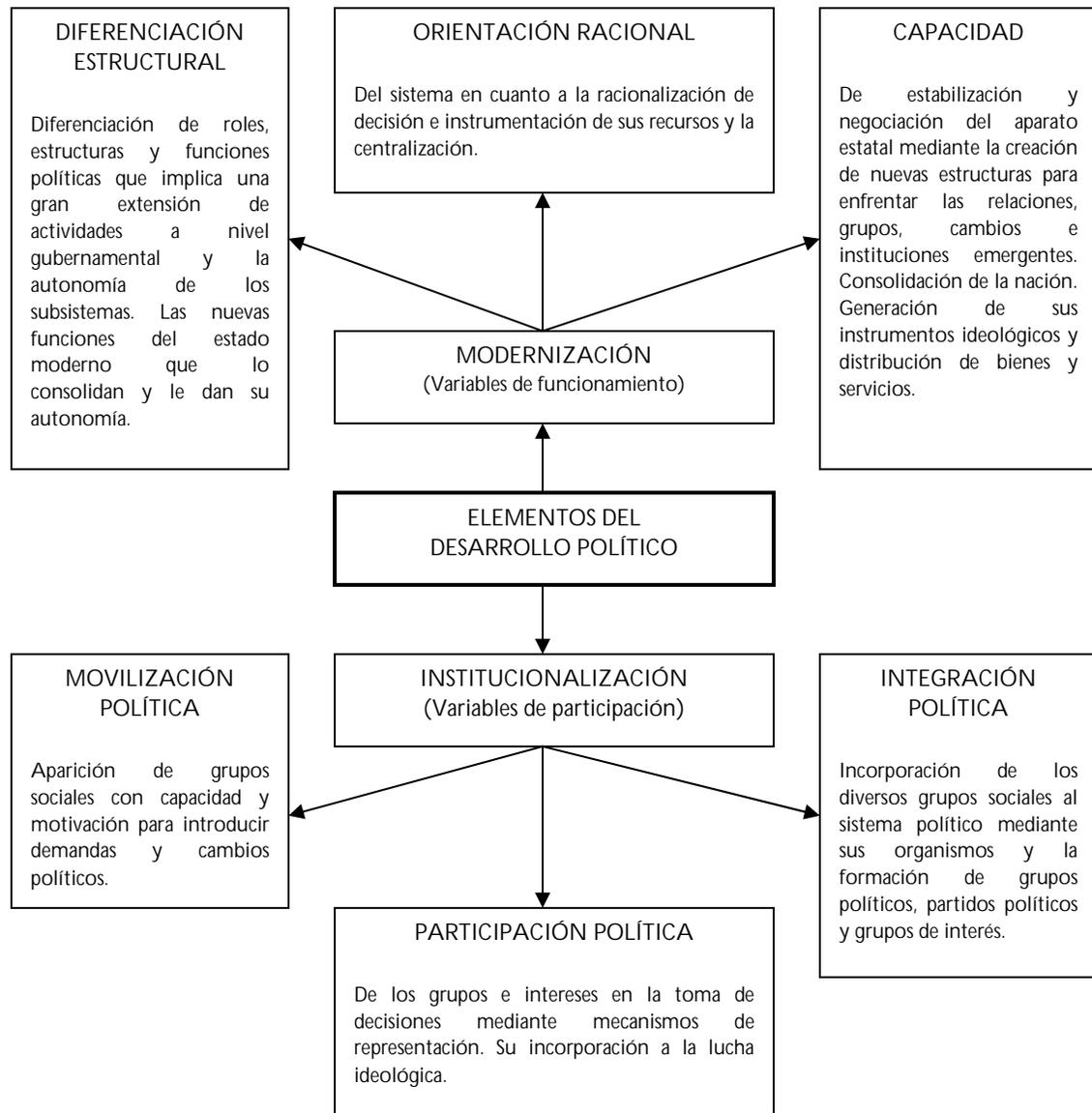
en otras organizaciones.

Para coadyuvar en el desarrollo señalado, es necesario fortalecer la infraestructura política que consiste según verba en aquellas instituciones no directamente gubernamentales, pero que juegan un papel importante en las decisiones políticas, en particular los partidos políticos y grupos de interés, tal es el caso de las instituciones electorales.

Enseguida se presenta un esquema que representa la teoría que desarrolla Jaguaribe el cual integra enfoques que presentan otros autores, se trata de una concepción alternativa basada en las categorías de "modernización" e "institucionalización".

"El modelo en su conjunto resulta bastante completo para una caracterización del desarrollo político. Posee además la ventaja de que para los fines de análisis podemos determinar, por una parte el nivel de funcionalidad y capacidad de mantenimiento del estado y de las instituciones y por la otra desde el punto de vista de los individuos y grupos sociales, su nivel de posibilidades de actividad, participación y cultura política".⁸

⁸ Ibidem.



El proceso de modernización política de acuerdo con Huntington y con el modelo presentado, implica la extensión de la conciencia política hacia nuevos grupos sociales y la movilización de estos grupos hacia la participación política.

El desarrollo político implica la creación de instituciones políticas suficientemente adaptables, complejas, autónomas y coherentes para absorber y ordenar la participación de estos nuevos grupos y promover así el cambio económico y político en la sociedad. "La

tesis básica de Huntington es que durante el proceso de modernización el mantenimiento de un alto nivel de comunidad depende cada vez más de las instituciones políticas".⁹

1.1.1 UNA VUELTA POR EL MUNDO

El abstencionismo y la baja cultura política de los ciudadanos, no son un problema característico de los países del tercer mundo o en vías de desarrollo, veremos cómo el problema es latente en el mundo entero, y podremos conocer las características que provocan o impiden la participación ciudadana.

El desarrollo y eficacia de los sistemas electorales en cada país se pueden evaluar, si se toman en consideración algunas variables como: su historia política, la tradición electoral, las condiciones socioeconómicas, el tamaño de la población y el territorio, el sistema de partidos, los acuerdos logrados entre las distintas fuerzas políticas, la forma de gobierno y el tipo de divisiones o rivalidades sociales, económicas, étnicas, religiosas, etcétera.

Ningún país que presuma de ser democrático evade estas situaciones de riesgo; sin embargo, a lo largo de la historia sabemos que el acceso al poder, es sumamente competido, disputado, y su ejercicio pocas veces deriva en un beneficio a la nación, más bien para el grupo que lo encabeza.

Desgraciadamente algunas acciones de gobierno, de las autoridades electorales y hasta asociaciones civiles se han interesado por recuperar el interés de los electores sólo en cada contienda electoral, y no el interés de los ciudadanos de manera permanente. Lo cual demuestra que su objetivo no es formar a ciudadanos conscientes de la importancia que

⁹ Ibidem.

representa su participación en la vida del país y en la propia. Lo que interesa es la suma de votos que los conduzca al triunfo.

Al conjunto de medios a través de los cuales la voluntad de los ciudadanos se transforma en órganos de gobierno o de representación política, se le denomina **sistema electoral**. Las múltiples voluntades que en un momento determinado se expresan mediante la marca en una boleta, forman parte de un complejo proceso político regulado jurídicamente y que tiene como fin, establecer con claridad el o los triunfadores de una contienda para conformar los poderes de un país o nación.

“Los sistemas electorales son el modo según el cual, el elector manifiesta a través del voto, el partido o el candidato de su preferencia; esos votos se convierten en escaños de acuerdo a: la distribución de las circunscripciones, la forma de la candidatura, los procesos de votación y los métodos de conversión de votos en escaños.”¹⁰

Un sistema electoral recibe votos y establece órganos de gobierno y/o de representación que deben ser legítimos, porque la cantidad de electores que llegan a elegir a un gobernante debe ser representativa al total de ciudadanos, por lo menos del 50 por ciento más uno. Entonces, un sistema electoral es la estructura intermedia del proceso a través del cual una sociedad democrática designa a sus gobernantes.

Los sistemas electorales se clasifican de acuerdo a dos principios: el de mayoría y el de representación proporcional. Los sistemas de mayoría absoluta o relativa pertenecen a la clase de sistemas electorales “fuertes”, mientras los sistemas de representación proporcional se clasifican como sistemas “débiles”. Un sistema de representación proporcional puro, se dice

¹⁰ Norberto Bobbio, *Diccionario de política*, México, Siglo XXI, p. 245.

que es un sistema sin efectos, porque se tiene la idea que para que exista la gobernabilidad debe existir una opinión hegemónica, principalmente en la integración de los órganos de gobierno, por ello es tan peleada y controvertida la mayoría en los órganos legislativos, sin embargo es el sistema que más se acerca al ejercicio de la democracia.

Enseguida se hará una descripción breve de los sistemas electorales y de su ejercicio en diferentes países.

Sistema mayoritario. Fue el primero en surgir y se basa en el principio según el cual, la voluntad de la mayoría de los electores es la única que debe de contar en la asignación de los escaños. Se aplica en distritos uninominales, es decir, en las partes en que se divide un país para elegir a un solo representante popular, por mayoría de cada una de ellas. Cada elector tiene un voto y el candidato que obtiene mayor número gana, incluso si no gana la mayoría absoluta. Según la fórmula de mayoría absoluta el candidato o partido que haya obtenido más votos que todos los otros partidos o candidatos, ganará el escaño.

El sistema de mayoría simple o relativa es predominante en los países de habla inglesa, sin embargo cuenta con una variante que pretende asegurar que el triunfador en las urnas tenga en realidad el apoyo de la mayoría de los votantes, se conoce con el término de *majority* y supone que el ganador haya alcanzado el 50 por ciento más uno de los votos. Por su parte el sistema de mayoría absoluta está asociado con más de una vuelta de votación.

Gran Bretaña es el caso típico de un sistema de mayoría simple, su cámara está compuesta por 651 representantes electos por distritos uninominales, lo cual significa que en cada distrito obtiene el triunfo el candidato que ha recibido la más alta votación.

Francia es el mejor ejemplo de mayoría absoluta, su Presidente resulta electo sólo si ha

obtenido más del 50 por ciento de los votos emitidos en la primera vuelta, de no ser así, se realiza una segunda ronda en la que compiten los dos candidatos que alcanzaron mayor votación y uno debe necesariamente alcanzar la mayoría absoluta de los votos emitidos.

Representación proporcional. Este sistema acompaña a la democracia de masas moderna y a la extensión del sufragio universal, pretende establecer la perfecta igualdad del voto y otorgar a todos los electores el mismo peso. La idea de este principio de representación es reflejar las fuerzas sociales y grupos políticos en la población y resolver el problema de la sobrerepresentación, asignando a cada partido tantos representantes como correspondan a la proporción de su fuerza electoral.

Se aplica en demarcaciones o circunscripciones plurinominales (regiones en que se divide un país) para la elección de representantes populares en la que participan los partidos mediante listas de candidatos que los electores votan en bloque. Sin embargo, establece un límite mínimo de votación entre los mismos partidos; en España, por ejemplo es del 3% de la población nacional, algunos países de Latinoamérica que utilizan este sistema son: Argentina, Guatemala, República Dominicana y Venezuela.

Sistemas mixtos. Se trata de sistemas que mezclan elementos de los mecanismos de mayoría y de representación proporcional, existen muchas variantes en este tipo de sistemas; sin embargo la más común se basa en una estructura de mayoría simple en distritos uninominales, complementada por diputaciones adicionales distribuidas en la representación proporcional. La determinación de los porcentajes mínimos de votación para participar en la distribución de la lista adicional es uno de los elementos más importantes, como también lo es la participación o no del partido mayoritario en la distribución.

Entre los países que utilizan este tipo de sistemas se encuentran: Camerún, Costa Rica, Italia,

Croacia y por supuesto México. Se discute la posibilidad de aplicarlo en Japón y sin duda el caso más conocido es el de Alemania, ya que la forma en que está diseñado su sistema, pretende ajustar de la manera más exacta posible las proporciones de votos y de curules de cada partido, propósito que se cumple exactamente porque en cada entidad federada se elige exactamente el mismo número de candidatos.

Cada país crea su propio sistema electoral de acuerdo a sus necesidades, digamos que los tres sistemas antes señalados son los más comunes; sin embargo, existen también otros sistemas electorales muy peculiares como es el caso de:

Sistema de voto único, no transferible que se utiliza en Japón; este sistema sirve para elegir 512 *shugi-in* que conforman la Cámara de Representantes japonesa. Se eligen a 130 distritos plurinominales con tres representantes como mínimo y cinco como máximo.

Voto alternativo. Utilizado en Australia en donde se eligen 178 representantes en sendos distritos uninominales y los votantes establecen su primera y segunda preferencia respecto de los candidatos postulados por los partidos.

Método de voto único empleado en Irlanda del Norte, el cual se aplica en demarcaciones de múltiples miembros. Se eligen 166 miembros de la Dail Eiream, Cámara de representantes, en 41 distritos. El sistema funciona con el voto que los electores emiten a favor de la lista de alguno de los partidos, estableciendo el orden de los candidatos de acuerdo con sus preferencias.

Voto doble y simultáneo propio de Uruguay. Este método se basa en la llamada "ley de lemas", que permite que diversos subblemas o corrientes de un mismo partido postulen candidatos para los puestos en disputa. El sistema es de doble voto, pues el elector debe

tomar dos decisiones.

No se puede afirmar que de los sistemas electorales en los países del mundo, alguno sea el mejor, sino que en cada caso su funcionalidad es la clave de su eficiencia. Es decir, es necesario que exista confianza y credibilidad de la ciudadanía en los órganos de gobierno, y esto se logra sabiéndose representada eficientemente en los órganos gubernamentales. Sin embargo, los sistemas electorales sólo son una parte del conjunto denominado sistema político, al interactuar con otras variantes no menos importantes como las instituciones, los partidos políticos, la ciudadanía y su cultura política.

El bajo nivel de politización detectado en prácticamente todo el mundo (si bien hay diferencias importantes de un país a otro), plantea el problema de cómo estimular a los electores a hacer el esfuerzo de participar en las diferentes actividades cívicas que les competen, entre ellas la de emitir su voto y por tanto, no abstenerse.

En algunos países, aunque pocos, el voto o sufragio es obligatorio. Votar en ellos no sólo es un derecho sino un deber, en donde el ciudadano debe cumplir con el encargo, pues de lo contrario se establecen sanciones legales para quien no cumpla con esa disposición. De esta forma se garantiza una importante afluencia de votantes en las urnas.

Este principio se incorporó a finales del siglo XIX, en algunas naciones como Bélgica, Australia, Italia y Argentina entre otras, para contrarrestar el problema del abstencionismo; así el votar se convirtió en una obligación además que en un derecho. Se dice, que la obligatoriedad legal del voto suele dar buenos resultados, pues la mayor parte de los ciudadanos opta por concurrir a las urnas y no enfrentar la pena de no hacerlo.

Por ejemplo en Noruega mientras se mantuvo la obligación legal, hasta 1967, el

promedio de votación era del 95%, uno de los más altos; y al eliminar la legislación, el promedio del sufragio bajó al 84%, 11 puntos porcentuales menos.

Sin embargo, hay un costo de legitimidad al hacer obligatorio lo que en principio es un derecho, y se ha preferido estimular la participación electoral por medio de la exhortación y la publicidad. Y en cuanto al derecho diferenciado al voto, anotamos que:

“Actualmente en Arabia Saudita y Yemen las mujeres todavía no tienen derecho a votar. Mientras que en Francia los hombres conquistaron el derecho al voto en el año 1848, fue necesario esperar casi un siglo (hasta 1946) para que este derecho fuera reconocido también en las mujeres. Gran Bretaña fue el último país en abolir el sufragio desigual, al derogar el derecho de sufragio especial para universitarios en 1948. México reconoció el derecho de voto de la mujer en 1953. Hasta el año 1971 en Rhodesia, hoy República de Zimbawe, solo podían votar los blancos. En Brasil, apenas en 1985 obtuvieron el derecho al voto los analfabetas.”¹¹

Las tasas de abstencionismo varían considerablemente de un país a otro y de una consulta electoral a otra, paradójicamente las tasas más elevadas se encuentran en los regímenes democráticos. En Estados Unidos en las elecciones presidenciales el abstencionismo supera al 55%, siendo esta elección la más importante para los ciudadanos.

Las tasas más bajas de abstencionismo se encuentran en países como Australia, Holanda, Austria, Italia y Bélgica donde es inferior al 10%. Las causas: existen dos rondas o vueltas en su elección, se trata de monarquías o de sistemas donde la elección es directa, es decir, el parlamento es quien elige, no los ciudadanos.

¹¹ Instituto Federal Electoral, *Apuntes de Cultura Democrática*, núm. 3, México, IFE, p. 19.

El promedio mundial del abstencionismo electoral, basado en los principales países con regímenes democráticos, en sus elecciones nacionales, durante el período comprendido entre 1990-97 fue de **37.5%**, de acuerdo a un estudio publicado en la revista *Voz y Voto* titulado "Voter Turnout Prom. 1945 to 1997: A Global Report", elaborado y publicado por el Institute for Democracy and Electoral Assistance.¹²

Los porcentajes de abstencionismo que expone el cuadro estadístico 1, alrededor del mundo, nos propone la elaboración de un análisis cuantitativo y cualitativo de los resultados presentados, sin dejar a un lado el contexto histórico de cada uno de ellos, que origina la opinión que merece para sus ciudadanos el ejercicio de la cultura política.

Contrario a lo que se cree, también los países desarrollados con su propio sistema de elección padecen el problema del abstencionismo, no es una regla, pero se distingue cuando los ciudadanos ejercen una amplia cultura política. Por ejemplo, en los Estados Unidos en la elección del Congreso en 1990 participó sólo el 35% de los ciudadanos. Por su parte en Suiza las votaciones son sumamente bajas, hasta 1989 fueron del 46% en virtud de que las decisiones importantes se toman por vía del plebiscito, lo que hace menos importante elegir a un partido para que gobierne.

En ambos casos el porcentaje de participación es muy bajo, la causa se refiere al tipo de elección y la trascendencia que tenga para los ciudadanos su voto, es decir, resulta más importante votar por el futuro mandatario del país ya que de la decisión acertada o equívoca depende la estabilidad de su futuro inmediato. En cambio cuando se eligen a los integrantes del Congreso, el valor de su voto no lo consideran como directo y determinante, pues los sistemas de elección (mayoritario y representación proporcional) son los que definen su

¹² Instituto Electoral del Estado de México, No. 8, México, IEEM, 2000, pág.19.

triunfo, además de que en el ejercicio de su cargo las decisiones son tomadas colegiada y mayoritariamente, no se delegan en una sola persona.

**CUADRO 1
EL ABSTENCIONISMO EN EL MUNDO**

PAÍS	% ABSTENCION	PAÍS	% ABSTENCION	PAÍS	% ABSTENCION
NORTEAMÉRICA	Y EL CARIBE	Argentina	21.1	Georgia	39.4
Trinidad y Tobago	35.5	Brasil	23.3	Lituania	39.9
Canadá	36.1	Nicaragua	25.2	Yugoslavia	42.8
República Dominicana	53.8	Panamá	29.9	Estonia	44
Jamaica	55.9	Ecuador	33.7	Rusia	45
Haití	59.4	Honduras	36.5	Armenia	49.4
Estados Unidos	55.9	México	42.2	Polonia	52.4
PROMEDIO	49.43	Perú	42.7	Bosnia	53.9
		Bolivia	50	PROMEDIO	34.02
ASIA Y	OCEANÍA	Venezuela	50.1	EUROPA	OCCIDENTAL
Indonesia	12.4	El Salvador	52.4	Italia	14.8
Australia	17.3	Paraguay	45.4	Bélgica	15.9
Mongolia	82.3	Colombia	68.4	Suecia	16.8
Nueva Zelanda	79.8	Guatemala	70.4	Dinamarca	18.9
Sri Lanka	25.9	PROMEDIO	37.4	Grecia	10.4
Taiwán	28.9	EUROPA DEL	ESTE Y EX URSS	Austria	10.4
República de Corea	72.1	Albania	7.6	Turquía	10.6
Filipinas	28.9	Checoslovaquia	15.6	España	22.4
Malasia	32.1	Eslovenia	20.4	Reino Unido	24.6
Tailandia	33.2	Bulgaria	20.4	Holanda	24.8
Bangladesh	36.6	Rumania	23.9	Noruega	25.5
India	39.1	Eslovaquia	24.6	Alemania	27.3
Japón	40	Croacia	28.1	Irlanda	31.5
Pakistán	42.7	Hungría	28.8	Finlandia	31.5
Singapur	43.4	Macedonia	33.5	Portugal	32.8
PROMEDIO	41.0	Ucrania	34.9	Francia	38.7
AMÉRICA	LATINA	Moldavia	35.9	Luxemburgo	39.5
Uruguay	8.6	Letonia	6.9	Suiza	62.3
Chile	18.1	Bielorrusia	37	PROMEDIO	25.
Costa Rica	18.6				

FUENTE: IEEM, *Apuntes Electorales*, No. 8, 2000.

En cuanto a los resultados del Cuadro No. 1, el bloque de países con más alto porcentaje de abstención es América del norte y el Caribe con el 49.3 % es decir, en ella sólo un poco más de la mitad de la población está interesada por decidir el futuro de su país. Le siguen Asia y Oceanía con el 41%, América latina con el 37.4 %, Europa del este y exURSS con todo y su reciente cambio de sistema político con el 34.02 y finalmente Europa occidental haciendo alarde de su trayectoria histórica con el 25.5%.

En los países de Europa del este, que celebraron por primera vez elecciones libres y competitivas en 1990, la participación es muy desigual, ya que normalmente las primeras elecciones suelen atraer a un número fuerte de ciudadanos frente a las urnas, ya que en ellas se decide e impulsa el nuevo rumbo democrático de la nación.

Polonia registró el nivel más bajo de votación, ya que se registró la votación de comicios municipales, porque las correspondientes al parlamento se celebraron el año anterior. Paradójicamente los ciudadanos se interesan más por participar en las elecciones a nivel nación, que en las de su entorno inmediato, es decir son más asistidas las elecciones presidenciales que la de ayuntamientos. Y debe ser en la propia comunidad, donde se establezca un compromiso de participación, eligiendo la forma de gobierno no sólo que ofrezca mejorar las condiciones de vida de los habitantes, sino que cuente con el apoyo de un equipo de trabajo que lo respalde y ejercite esa buena voluntad.

Por lo tanto, es sabido que los sistemas presidencialistas, en donde el jefe de gobierno se elige directamente por la ciudadanía, la concurrencia es mayor que durante las elecciones legislativas. También suelen tener gran afluencia, los procesos electorales en donde se abre la posibilidad de instaurar un nuevo régimen democrático tras varios años de dictadura o autoritarismo. En este caso, está en juego un nuevo orden "más justo" y en ocasiones también la estabilidad política y la paz social. En tal caso, los ciudadanos se sienten más

motivados para sufragar y contribuir con su voto al desenlace deseado, como ocurrió en nuestro país en las últimas elecciones presidenciales.

Otro caso de alta participación, es cuando hay elecciones muy competidas, en donde dos candidatos tienen posibilidades de ganar o cuando cuentan con algún programa o propuesta partidista que afecte o promueva seriamente los intereses personales, familiares o de clase social, por ejemplo: la disminución de impuestos, nacionalizar la banca, educación gratuita, etc.

*Por lo tanto, "ahí donde los partidos están bien organizados, su presencia es penetrante y su actividad es múltiple, la tasa de abstencionismo permanece muy restringida; ahí donde los partidos están en crisis, su capacidad de movilización y captación de electorado se desvanece y el abstencionismo crece. Al no estar injertado en los circuitos de la política organizada, este electorado se refugia rápidamente en él y si no se recupera en el transcurso del tiempo se vuelve crónico."*¹³

Por eso con la participación y expresión ciudadana es difícil que las autoridades y/o gobernantes no sean sensibles a las exigencias expresadas, y qué mejor forma de participar al elegirlos, sea mediante la emisión del sufragio o participando con los partidos políticos y organizaciones civiles.

Demostrar las diversas causas que originan el problema del abstencionismo, descartando en primera instancia el desarrollo económico de los países, mostrando que aquél tiene que ver más bien con el desarrollo social y las condiciones de vida proporcionadas a los gobernados, de lo cual depende su comportamiento en las urnas y su

¹³ Norberto Bobbio, *Diccionario de política*, p. 9.

participación en las diversas actividades políticas, fue el propósito de este apartado. Vale la pena también conocer las diferentes opciones alternativas en los sistemas de gobierno que existen en los distintos países y a partir de ellas reforzar el propio sistema de gobierno y de elección a favor de una mayor participación ciudadana.

No se debe dejar de reconocer que el problema del abstencionismo es producto del desarrollo histórico en cada nación, de su cultura; acentuándose en aquellos en los cuales no se cultiva la costumbre o hábito de participar en las decisiones políticas de su entorno, como sí ocurre en gran parte de los países del viejo continente, no por nada es considerada la cuna de las civilizaciones.

1.1.2 ¿Y EN MÉXICO QUÉ?

“Los representantes nombrados por el pueblo no representan a alguien en particular, sino a la nación entera.”

Giovanni Sartori

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el Título Segundo, capítulo I, que se refiere a la soberanía nacional y a la forma de gobierno, establece en el artículo 39 que *“la soberanía nacional reside esencial y originariamente en el pueblo. Todo poder público dimana del pueblo y se instituye para beneficio de éste. El pueblo tiene en todo tiempo el inalienable derecho de alterar o modificar la forma de su gobierno”*; ¹⁴ entonces, el pueblo es la autoridad suprema de nuestra nación, pero ¿cómo la va a ejercer?.

El artículo 40 lo define: *“es voluntad del pueblo mexicano constituirse en una república representativa, democrática, federal, compuesta de estados libres y soberanos en*

¹⁴ Instituto Federal Electoral, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, IFE 2000 .

todo lo concerniente a su régimen interior”,¹⁵ es decir, la forma de gobierno reside en la res pública, es decir la cosa pública, interpretado como el pueblo del cual algunos lo representarán mediante un procedimiento o sistema llamado democracia: demos: pueblo, Kratos: poder. Sin embargo como lo expresa Sartori: “democracia quiere decir poder popular, si esto es así, las democracias deben ser los sistemas y regímenes políticos en los que el pueblo manda, sin embargo, ¿quién es el pueblo?”.¹⁶

Se debe entender el concepto de pueblo literalmente como “todos” los mexicanos, sin embargo, esta expresión se reduce a aquellos que habiendo cumplido 18 años, hayan adquirido el carácter de ciudadanos mexicanos a quienes la Constitución política los faculta para tener derechos y obligaciones con el estado.

El artículo 35 establece las prerrogativas de los ciudadanos mexicanos:

I.- Inscribirse en los registros electorales.

II.- Votar y ser votados para los cargos públicos de elección popular del estado y de los municipios; desempeñar cualquier otro empleo o comisión, si reúnen los requisitos que las normas determinen.

III.- Desempeñar las funciones electorales que se les asignen.

IV Asociarse libre y pacíficamente para tomar parte en los asuntos políticos del estado y sus municipios, y

V.- Participar en las organizaciones de ciudadanos que se constituyan en sus comunidades, para la atención de sus necesidades.

¹⁵ *Ibidem.*

¹⁶ Giovanni Sartori, *¿Qué es la democracia?*, México, Nueva Imagen, 1996, p. 13.

Y el artículo 36 sus obligaciones:

I.- Inscribirse en el catastro de la municipalidad, manifestando la propiedad que el mismo ciudadano tenga, la industria, profesión o trabajo de que subsista; así también inscribirse en el Registro Nacional de Ciudadanos, en los términos que determinen las leyes.

La organización y el funcionamiento permanente del Registro Nacional de Ciudadanos y la expedición del documento que acredite la ciudadanía mexicana son servicios de interés público y por tanto, responsabilidad que corresponde al Estado y a los ciudadanos en los términos que establezca la ley;

II.- Alistarse en la Guardia nacional.

III.- Votar en las elecciones populares en los términos que señale la ley;

IV.- Desempeñar los cargos concejiles del Municipio donde resida, las funciones electorales y las de jurado.

Entonces la totalidad de "pueblo" se reduce a la categoría de ciudadano, pero aún así no todos los ciudadanos participan, también hay que excluir a los ciudadanos que han perdido el carácter, de acuerdo a lo establecido en el artículo 37 inciso c. Por lo tanto, las decisiones no son tomadas por el pueblo, sino por una parte de ellos, de acuerdo a las disposiciones establecidas por la ley, lo cual anticipadamente impide el ejercicio de la participación ciudadana.

Ahora, de qué forma se le atribuye el poder al pueblo. El artículo 41 refiere: *" el pueblo ejerce su soberanía por medio de los Poderes de la Unión, en los casos de la competencia de éstos, y por los de los Estados, en lo que toca a sus regímenes interiores...La renovación de los poderes legislativo y Ejecutivo se realizará mediante elecciones libres,*

auténticas y periódicas..."¹⁷ Luego entonces, el pueblo otorga el poder a cualquier mexicano que cumpliendo con los requisitos que establece la Constitución Política de México y de los propios estados, participe en la elección de cualquier cargo público.

En uso del derecho que la ley les otorga, los ciudadanos mexicanos eligen al candidato que los representará, a través del sufragio. El artículo 10 de la Constitución señala "*el sufragio constituye la expresión soberana de la voluntad popular*".¹⁸ El sufragio o voto es el acto mediante el cual se expresan las preferencias políticas de los ciudadanos y permite designar a quienes ocuparán los cargos públicos de elección popular.

El sufragio se emite bajo el contexto de un sistema electoral, el cual se define como el conjunto de medios a través de los cuales, la voluntad de los ciudadanos se transforma en órganos de gobierno o de representación política. Las voluntades que en un momento, se expresan mediante la marca de cada ciudadano votante en una boleta; forman parte de un proceso político regulado jurídicamente y cuyo fin, es establecer con claridad él o los triunfadores de la contienda para conformar los poderes políticos de una nación.

Sin embargo, de acuerdo a los datos obtenidos de la elección de 1999 en donde se eligió al gobernador del Estado de México, el 53% de los ciudadanos no acudió a las urnas para ejercer su derecho al voto, motivo por el cual surgen las siguientes interrogantes: ¿debe ser una obligación constitucional que los ciudadanos ejerzan su voto? ¿se debe penalizar o castigar a quienes se abstienen de ejercer su derecho al voto? ¿qué legitimidad representa una elección en la cual, menos de la mitad de la población vota y el candidato es elegido por el 25% del total de la población?

¹⁷ Instituto Federal Electoral, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, IFE 2000.

¹⁸ Idem.

1.1.2.1 ¿CÓMO SE VOTA EN MÉXICO?

En México se ejerce una democracia representativa, es decir la representación del pueblo en los órganos de gobierno vía elección. En el capítulo anterior se estableció y definió lo que es un sistema electoral y los diferentes tipos.

Los mexicanos ejercemos el sistema electoral mixto, en donde la elección presidencial se define con la mayoría relativa, porque no es la mayoría de los ciudadanos, sino la mayor cantidad de votos emitidos. Por su parte para elegir a los integrantes de las cámaras de senadores y diputados se atiende a los siguientes criterios: la primera se integra por 128 senadores, de los cuales, en cada Estado y en el Distrito Federal, dos son electos según el principio de mayoría relativa, uno es asignado a la primera minoría y los 32 restantes serán elegidos por el principio de representación proporcional, votados en una sola circunscripción plurinominal. La vigencia es por seis años.

La cámara baja se integra por 300 diputados de mayoría relativa, mediante distritos electorales uninominales y 200 vía representación proporcional, mediante el sistema de listas regionales votadas en circunscripciones plurinominales con vigencia de tres años. Pero, *“Corresponde exclusivamente a los partidos políticos nacionales el derecho de solicitar el registro de candidatos a cargos de elección popular”*¹⁹ artículo 175 del COFIPE, entonces para hacer uso del sistema electoral es necesario postularse mediante un partido político.

Un sistema de partidos es el marco de la competencia que entablan las organizaciones políticas para obtener y ejercer el gobierno, sus funciones resultan de vital importancia en las llamadas democracias representativas. La organización de los partidos es un fenómeno

¹⁹ Instituto Federal Electoral, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, México, IFE, 2000.

relativamente reciente en el mundo político occidental. Fue hasta después de la Segunda Guerra Mundial cuando los partidos se consolidaron como instrumento privilegiado de organización política, de comunicación entre gobernados y gobernantes y de conformación de la representación política ciudadana.

De acuerdo a lo que establece el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), en el Libro Segundo artículos 22 al 35 respecto a los requerimientos para constituir un partido político, para ostentarse como tal éste debe elaborar y promover un proyecto político que satisfaga las aspiraciones tanto de sus miembros como de otros individuos y sectores que conforman la sociedad. Cada partido está obligado a reconocer la existencia de otros partidos y a aceptar que éstos también pueden organizar y promover proyectos políticos, incluso radicalmente distintos al suyo.

Los fines de un sistema de partidos son:

- ✓ Un partido debe decidirse a ser gobierno.
- ✓ La contienda por el poder debe adecuarse a mecanismos democráticos que dejen satisfechos al conjunto de los actores políticos y a los electores.
- ✓ El partido es también un organizador de la opinión pública y su función es expresarla ante los que tienen la responsabilidad de adoptar las decisiones que hacen posible la gobernabilidad.
- ✓ Como canales de expresión biunívoca, los partidos terminan por expresar ante el gobierno las demandas de la población y ante la población las decisiones del gobierno.
- ✓ Los partidos constituyen importantes espacios de comunicación en las sociedades democráticas.
- ✓ Los partidos están obligados a reconocerse en la contienda político-electoral como actores de la lucha por el poder.

El para qué existe un sistema de partidos, obliga a enunciar y conocer cuáles son las principales funciones que se van a obtener de su ejercicio:

- ✓ La confrontación de opciones políticas.
- ✓ La lucha democrática por el poder.
- ✓ La obtención legítima de puestos de representación y de gobierno.
- ✓ El ejercicio democrático y legítimo de las facultades legislativas.

México ha evolucionado de un originario sistema de partido hegemónico hasta un pluripartidismo. Setenta años se necesitaron para cambiar el rumbo del país e intentar acabar con los vicios creados durante ese tiempo. Uno de ellos: la organización de los procesos electorales, los cuales estuvieron a cargo de "comisiones electorales", designadas por la Secretaría de Gobernación, que carecían de transparencia y confiabilidad.

No obstante, durante la segunda parte siglo XX, las elecciones mexicanas se vieron afectadas por diversas irregularidades cometidas por el gobierno y el partido mayoritario que era lo mismo. El resultado de este ejercicio democrático, se ha reflejado por supuesto en las urnas y lo convierte en un elemento de nuestra cultura que hemos arrastrado durante las últimas tres décadas: el abstencionismo electoral no ha disminuido, se mantiene en un 42.20 por ciento y se encuentra por arriba del promedio mundial siendo éste del 37.5 por ciento.

CUADRO 2
EL ABSTENCIONISMO EN MÉXICO

ESTADO/ %	1973	1976	1979	PROMEDIO
AGUASCALIENTES	47.37	46.40	56.71	50.1
BAJA CALIFORNIA S	46.6	33.2	59.3	46.3
BAJA CALIFORNIA N	42.9	35.3	34.8	37.6
CAMPECHE	26.4	11.5	4.7	24.2
CHIAPAS	34.8	33.5	42.2	36.8
CHIHUAHUA	54.5	52.9	59.8	55.7
COAHUILA	53.5	42.0	67.0	54.2
COLIMA	56.49	58.53	67.96	60.9
DISTRITO FEDERAL	35.8	35.2	42.5	37.8
DURANGO	58.9	53.6	57.3	56.6
ESTADO DE MÉXICO	23.5	27.4	32.4	27.7
GUANAJUATO	31.0	41.5	59.4	44.0
GUERRERO	28.59	29.34	58.11	38.68
HIDALGO	7.32	31.8	43.3	27.5
MICHOACAN	40.8	36.2	60.8	45.9
MORELOS	48.8	46.9	48.0	47.9
NAYARIT	72.61	44.33	71.24	62.7
NUEVO LEÓN	43.0	49.3	57.6	49.9
OAXACA	33.7	40.5	54.1	42.8
PUEBLA	42.1	39.7	49.2	43.7
QUERÉTARO	42.2	41.0	40.6	41.3
QUINTANA ROO	0.45	13.54	27.9	13.96
SAN LUIS POTOSÍ	46.0	46.8	54.4	49.1
SINALOA	51.3	54.8	75.5	60.5
SONORA	65.61	49.19	73.84	62.8
TABASCO	46.7	21.7	51.6	40.0
TAMAULIPAS	43.5	50.9	63.0	52.5
TLAXCALA	33.1	16	55.7	34.9
VERACRUZ	40.88	32.49	45.43	39.60
YUCATÁN	17.0	20.5	48.8	28.8
ZACATECAS	39.8	38.6	46.2	41.5

FUENTE: Almanaque Mexicano, pág 240, México 2001.

Así el panorama del abstencionismo nacional durante el período de los años 70's alcanzó un promedio del 43.7 por ciento y los estados con mayor porcentaje son los del

norte, Sonora encabeza la lista con el 73.8% en 1979 y con un promedio del 62%. ¿Un gobierno electo con ese porcentaje de participación es legítimo?

Las causas que originan el abstencionismo en México son producto del ejercicio del poder político: la falta de credibilidad de los ciudadanos hacia los partidos políticos y sus representantes, la desinformación de los medios masivos de comunicación como estrategia durante las campañas electorales, el tipo de elección, los candidatos así como la credibilidad que tengan las instituciones encargadas de su organización. Estas afirmaciones se demostrarán en la muestra realizada en el capítulo IV.

De ahí la necesidad de estudiar el interior del sistema político mexicano, (que bien mereció el calificativo del escritor Vargas Llosa de "la dictadura perfecta"), en aras de mejorar y perfeccionar el sistema electoral. Este cambio se advierte en dos grandes tendencias: la primera con la apertura del sistema de partidos, es decir, continuar por el camino del multipartidismo sin regresar al partido único. La segunda con una reforma y/o perfeccionamiento al sistema electoral, que había funcionado como uno de los mecanismos de control del gobierno, adaptando las reglas del juego a sus intereses de poder y a los del partido dominante.

El cuadro número 3 expone la situación política del país durante los últimos cincuenta años. El sistema electoral multipartidista, reducido a un solo que era el que gobernaba. A pesar de ello la clase obrera como grupo disidente y los grupos de izquierda encabezados por Vicente Lombardo Toledano sentaron las bases para la creación del Partido Popular Socialista en 1947; sin embargo el porcentaje de votos que pudo alcanzar fue poco mas del 4%.

CUADRO NO. 3
ELECCIONES PRESIDENCIALES 1952-2000

Partido	1952	1958	1964	1970	1976	1982	1988	1994	2000
PAN	285,555 7.82%	703,303 9.13%	1,040,718 11.04%	1,944,636 13.83%		3,700,045 15.68%	3,208,584 16.79%	9,224,519 25.94%	15,988,740 42.52%
PRI	2,713,419 74.31%	6,767,754 90.43%	8,275,062 87.77%	11,708,038 85.09%	15,466,188 87.84%	16,141,454 68.43%	9,687,926 50.71%	17,341,921 48.77%	13,576,385 36.10%
PRD								5,903,987 16.60%	6,259,048 16.64%
PT								975,488 2.74%	
PVEM								330,532 0.93%	
PPS	72,482 1.82%		64,368 0.68%	118,305 0.86%	649,139 3.69%	360,565 1.53%	5,843,779 30.59%	168,609 0.47%	
PARM			45,085 0.48%	75,810 0.54%	347,611 1.97%	242,187 1.03%		195,085 0.55%	157,119 0.42%
PDM						433,886 1.84%	190,891 1%	99,227 0.28%	
PMS,						821,993			
PSUM						3.48%			
PST,						342,005		301,249	
PFCRN						1.45%		0.85%	
PRT						416,448 1.76%	74,857 0.39%		
PSD						48,413 0.20%			
Votos anula.				193,539 1.41%	931,870 5.29%	1,053,616 4.46%		1,001,046 2.82%	789,838 2.10%
Cand.				22,815	212,064	28,474	100.13	18,553	32,457
No re				0.17%	1.20%	0.12%	0.52%	0.05%	0.09%
TOTAL			9,425,233 100%	14,063,143 100%	17,606,872 100%	23,589,086 100%	19,106,176 100%	35,560,210 100%	37,603,923 100%

FUENTE: Almanaque Mexicano, pág 242, México 2001.

En 1939 surge el Partido Acción Nacional, como una organización religioso-política en defensa de los intereses de la iglesia, en respuesta a las reformas educativas cardenistas antirreligiosas. Los grupos católicos vieron la necesidad de crear un organismo que representara sus ideas y su descontento por tales medidas. Sin embargo, tampoco había podido lograr el cambio de estafeta, sino hasta las elecciones presidenciales pasadas del año 2000.

Así, el panorama general del sistema político mexicano nos muestra que a pesar del surgimiento de tantos partidos políticos, dos han logrado conservarse y consolidar hasta la fecha su instituto: el Partido Revolucionario Institucional y el Partido Acción Nacional, el primero en virtud de haber sido el partido en el poder durante mucho tiempo, y el segundo, fortaleciéndose lentamente.

Por su parte la izquierda mexicana ha visto nacer, crecer y morir a muchos partidos, pero ninguno de ellos equipara la edad de los anteriores, en 1988 los partidos opositores alcanzaron su mejor momento, al formar el Frente Democrático Nacional, que hizo tambalear al régimen de partido único al acusarlo de haber perpetrado un gran fraude electoral mediante la "caída" del sistema de cómputo.

El Partido de la Revolución Democrática, constituido después de la derrota en 1988 del Frente Democrático Nacional, ha tenido durante su trayectoria altibajos muy importantes. Actualmente destacan entre sus principales logros: el triunfo del Gobierno del Distrito Federal por dos periodos, el primero encabezado por Cuauhtemoc Cárdenas y finalizado por Rosario Robles Berlanga, a causa de la candidatura del mismo a la Presidencia de la República, en donde fracasó por segunda ocasión. Ahora es preciso destacar el papel y triunfo electoral del Jefe de Gobierno del Distrito Federal: Andrés Manuel López Obrador, así como de una mayoría en la asamblea legislativa y las delegaciones de la misma entidad. La gobernatura en los estados de Zacatecas, Michoacán, Tlaxcala, Chiapas y gobiernos municipales en todo el país.

En seguida se muestra el cuadro comparativo de los resultados obtenidos en las elecciones presidenciales por las tres fuerzas políticas más importantes hasta ahora. Después del resultado obtenido por el Partido Acción Nacional en las elecciones presidenciales pasadas, del año 2000, el porcentaje que estuvo más cerca de desbancar al Partido

Revolucionario Institucional, fue el Frente Democrático Nacional en 1988.

CUADRO NO. 4
COMPETITIVIDAD ELECTORAL, PRINCIPALES FUERZAS POLÍTICAS
ELECCIONES PRESIDENCIALES 1952-2000

	1952	1958	1964	1970	1976	1982	1988	1994	2000
PRI %	74.31	90.43	87.77	85.09	87.84	68.43	50.71	48.77	36.10
PAN %	7.82	9.42	11.04	13.83		15.68	16.79	25.94	42.52
Partidos de izquierda	1.98		1.16	1.4	5.66	9.45	30.98	18.47	18.63

FUENTE: Almanaque Mexicano, pág. 241 México, 2001.

Actualmente, la última década para ser precisos, en el terreno de lucha electoral son tres los principales partidos que le han dado a nuestro sistema político una nueva geometría política en espacios de representación política y de gobierno a nivel nacional. El Partido Acción Nacional, El Partido Revolucionario Institucional y el Partido de la Revolución Democrática, son las más reconocidas e importantes fuerzas políticas del país.

Además existen otros partidos con registro como el Partido del Trabajo , el Partido Verde Ecologista de México y otros que aparecen y desaparecen en la lucha de cada proceso electoral por no perder su registro: Convergencia por la Democracia, Partido Auténtico de la Revolución Mexicana, Partido Alianza Social, Partido de la Sociedad Nacionalista, Partido del Centro Democrático, Partido Democracia Social, más los que se acumulen a nivel local, es decir en cada entidad federativa o en la próxima elección presidencial.

Las reformas electorales tienen el objetivo de proporcionar certidumbre y credibilidad a los procesos electorales en términos de equidad, legalidad y transparencia, el punto en común para considerar la efectividad de una reforma electoral más integral es que las democracias no sólo se logran con reformas electorales, sino que están subordinadas a la

eficiencia y efectividad en relación a la participación que logre impulsar. A partir del momento en que se reconoció a los partidos de oposición y ganaron su representación en el Congreso de la Unión, se observan etapas en el desarrollo del sistema electoral:

La primera inicia con la ley electoral de 1963 la cual estableció que todo partido nacional (registrado) que alcanzara el 2.5% de los votos a nivel federal, tendría derecho a 5 escaños y a uno más por cada 0.5% sucesivo hasta alcanzar 5 escaños mas. Si un partido alcanzaba 20 diputados en las circunscripciones, ya no podría participar en la distribución de los escaños minoritarios. Si conseguía menos de cinco diputados de mayoría, podía utilizar su porcentaje de votos para llegar a un total de 20 diputados. En síntesis esta reforma dio oportunidad a las minorías políticas de estar representadas.

En la reforma de 1977, se introdujo un sistema electoral segmentado, que consta de dos partes: uno mayoritario y otro proporcional, es decir el sistema de doble voto. En 300 circunscripciones uninominales se siguió votando con el sistema de mayoría relativa, en cinco circunscripciones plurinominales y el número total de escaños fue determinado en 100 y posteriormente en 200 (1985). Se introdujo la representación proporcional disminuyendo la cuota de representación al 15% de la votación válida, estableciendo un límite de participación también para los partidos políticos que obtuvieran 60 o más diputados de mayoría.

A partir de la reforma del 15 de diciembre de 1986, se aumenta el número de miembros en la Cámara a 500 y establece un número fijo de cinco circunscripciones electorales de representación proporcional para un total de 200 diputados.

Para garantizar que el partido mayor votado tuviera la mayoría absoluta en la Cámara, se le concede acceder al segmento de los diputados de representación proporcional

con el límite para el partido mayoritario del 70% de los escaños. Por otro lado, debido a la experiencia del resultado electoral en 1988, con el surgimiento de una alianza electoral opositora (FDN) que cuestionó el dominio absoluto del PRI, se prohibió la postulación de alianzas electorales o de candidatos presentados por más de un partido.

De acuerdo a la Reforma Electoral Constitucional y la ley Electoral de 1989 y 1990, la Cámara de Diputados se compone de 500 miembros, 300 elegidos en circunscripciones uninominales y 200 en cinco circunscripciones plurinominales mediante listas cerradas y bloqueadas. Así el elector tiene dos votos: uno para votar por un candidato uninominal (mayoría) y el otro para votar por una lista de partido (representación proporcional).

El reparto de los escaños en las circunscripciones inicia con la exclusión de los partidos que no alcanzaron el 1.5% de la votación total. Se procuró tener una cuota de gobernabilidad, es decir, que la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados sea para el partido más votado.

Además se crea el Instituto Federal Electoral, se sustituye al Tribunal de lo Contencioso Electoral por el Tribunal Federal Electoral y se aprueba el Código Federal de Instituciones Y Procedimientos Electorales (COFIPE) como sustento legal de los nuevos órganos electorales.

En 1995 el Acuerdo Político Nacional estableció concluir una reforma electoral definitiva a nivel federal, promover reformas electorales estatales, con la incorporación de los nuevos criterios federales, establecer condiciones para la solución democrática y apegada a derecho de los problemas electorales, finalmente impulsar la reforma política del Distrito Federal, con la participación ciudadana.

Para 1996 la primera fuerza electoral puede tener un máximo de 300 diputados, en la Cámara de Senadores se incorpora el sistema de representación proporcional, se incrementa a 2% el porcentaje de votación para que un partido tenga derecho a diputados plurinominales y para que un partido conserve su registro. Además se incrementó la fiscalización en el uso de financiamiento de los partidos políticos.

La reforma electoral para Ernesto Zedillo al igual que su antecesor busca apuntalar su período en el poder con nuevas disposiciones electorales y darle así un poco de legitimidad a su truculento ascenso. Ahora involucra a la oposición en su conjunto (ya que es mayoría en el Congreso), con la que pretende compartir los problemas y, sobre todo, las responsabilidades.

Estas reformas democráticas al marco legal impulsadas por su administración se dieron en un período de crisis económica, de rupturas en la clase política y de creciente descontento ciudadano. A diferencia de Carlos Salinas de Gortari, la propuesta de Ernesto Zedillo reconoce que la estabilidad económica requiere previamente de un nuevo pacto político consensado por todos los partidos.

Los puntos de negociación sobre la reforma electoral fueron:

- ✓ El voto de los mexicanos en el extranjero.
- ✓ La flexibilización de las coaliciones para presentar candidaturas comunes o candidatos independientes.
- ✓ La segunda vuelta en la elección presidencial.
- ✓ Los topes y límites a precampañas y campañas electorales.
- ✓ El acceso equitativo de los partidos a los medios de comunicación.

Otra de las reformas más importantes se refiere a que la Asamblea de Representantes del Distrito Federal se convierte en Asamblea Legislativa y a sus miembros se les denomina diputados. Se dispone que el jefe de Gobierno del Distrito federal sea electo por votación universal, libre, secreta y directa para un período de seis años. Esto conllevó a la creación del Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF).

Para el año 2000 y el año anterior el trabajo político de los partidos políticos así como de las instituciones electorales federales y locales fue mayúsculo ya que tuvieron bajo su cargo gran responsabilidad por la organización del proceso electoral en el cual se disputaron algunos de los cargos más importantes: la presidencia de la república, el gobierno del distrito federal y una de las entidades más importantes como el Estado de México por su proximidad con la capital política del país.

Los resultados obtenidos son de nuestro conocimiento, sin embargo estos cuatro años de ejercicio en el poder de todos los partidos políticos ha ido en detrimento de la democracia, proceso determinado por eventos en la vida política del país como la designación del nuevo Consejo General del IFE, el cual se distinguió por ser un evento lleno de irregularidades, falta de credibilidad y legitimidad que estuvo muy lejos de ser un proceso transparente, abierto a la participación ciudadana.

Por su parte, a finales del 2003 y lo que llevamos del 2004, los partidos políticos han dado muestra de que cualquiera de ellos ha realizado actividades fuera de la ley con el objeto de alcanzar y/o permanecer en el poder. Se observa un gran deterioro de la clase política: la pugna por el control del poder en el Partido Revolucionario Institucional, las actividades ilícitas dentro de los Amigos de Fox en el financiamiento de su campaña electoral, así como el uso de recursos en la asociación Vamos México, el nepotismo que condujo a la ruptura en el Partido Verde Ecologista de México y el reciente descubrimiento mediático de

corrupción de funcionarios del Gobierno del Distrito Federal, que pone en jaque la credibilidad del Partido de la Revolución Democrática con miras a la elección presidencial del 2006.

Los sistemas electorales y de partidos pretenden resolver la necesidad de traducir en representación política el principio de la soberanía popular y la voluntad ciudadana expresada en el voto. Nuestro sistema político mexicano ha sido sometido a fuertes presiones recurrentes para llegar a una reforma política más integral y acorde con el desarrollo democrático del país, pero únicamente se han encontrado soluciones de carácter temporal y coyuntural.

Concluyendo, el abstencionismo en México es una lesión severa que ha sido ocasionada por una enfermedad llamada sistema político mexicano y sus representantes. Las democracias requieren de una participación ciudadana, que se vincula con la vigencia de valores propios de la cultura política democrática, esto es, a la presencia o ausencia de rasgos culturales que premian o desaniman el interés por los fenómenos políticos.

1.2 LA CULTURA

“La educación cívica no consiste en estar solamente enterado de nuestras leyes, del funcionamiento de nuestras instituciones, sino en lograr una conciencia cabal de la libertad y de las obligaciones que las sustentan y que las encauzan.”

Jaime Torres Bodet

El diccionario de la real Academia española define: *“Cultura es el conjunto de modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época o grupo social. La cultura es el resultado o efecto de cultivar los conocimientos*

humanos y de afinarse por medio del ejercicio las facultades intelectuales del hombre".²⁰ La cultura tiene que ver con lo que es el ser humano, su idioma, su hábitat, valores, actitudes, ideales, costumbres, tradiciones, normas que la gente crea y transmite.

Para Elvin Hatch, la cultura es *"una forma de vida de la gente, la cual encierra reglas de conducta, creencias, organización política, actividad económica, pasando de una generación a otra a través del aprendizaje y no como parte de la herencia biológica"*.²¹

Toda sociedad construye una forma de representar al mundo, de explicar los distintos fenómenos, tanto naturales como aquellos en que interviene el hombre; la cultura es el conjunto de símbolos, normas, creencias, ideales, costumbres, mitos y rituales que se transmiten de generación en generación.

*"La cultura es una práctica simbólica y significativa que expresa, crea y recrea la realidad. Entonces, es de suma importancia reconocer que los lugares donde se crea, recrea, distribuye y consume la Cultura, son espacios ideológicos donde los símbolos juegan un papel muy importante, permitiendo a la cultura que se identifique con el conjunto de un todo (conocimientos, experiencias, instituciones, costumbres, creencias, valores, imágenes), que hace que se distinga cada sociedad."*²²

Por su parte, la política *"es el arte, doctrina u opinión referente al gobierno de los estados, la actividad de los que rigen o aspiran a regir los asuntos públicos"*;²³ es el principio

²⁰ N. Bobbio, *Diccionario de política*, p. 76.

²¹ Real Academia Española, *Diccionario de la lengua española*, 1992.

²² Ma. de los Ángeles Maya Gordillo, *"Mito y realidad de la cultura político democrática en México"*, Apuntes Electorales, núm. 8.

²³ Ma. de los Ángeles Maya Gordillo, *"Mito y realidad de la cultura político democrática en México"*, Apuntes Electorales, núm. 8.

de organización de un orden social, regula la relación entre los individuos, funge como mediadora cuando hay conflictos encargándose de establecer esta mediación las autoridades públicas.

Se le reconoce como un término y una práctica difícil, ya que es el principio de organización de un orden social, sin ella no podrían existir las sociedades. La política es una actividad decisional, que de manera vinculante, involucra la búsqueda del bienestar de la colectividad. La política ha existido en todos los tiempos y circunstancias, aunque hayan cambiado sus formas, sus funciones, sus métodos e incluso su fisonomía.

La política ha existido siempre porque donde existen hombres existe sociedad y donde existe una sociedad resulta indispensable, e incluso inevitable, que exista una organización, fruto de ella misma, de decisiones vinculantes. Cuando se habla de política, normalmente nos referimos a aquella actividad específica que se relaciona con la adquisición, la organización, la distribución y el ejercicio del poder. Cualquier definición que se proporcione remite, invariablemente, a la definición de poder.

Derivada del sustantivo *polis*, que significa todo lo que se refiere a la ciudad y en consecuencia al ciudadano, la política es el ámbito de acción de la sociedad, con relación a la organización del poder, es decir, la actividad del ciudadano cuando interviene en los asuntos públicos con su opinión, con su voto o de cualquier modo.

La política tiene que ver con el poder socialmente aceptado que deriva en una relación de mando-obediencia, la cual se sustenta por la legalidad, legitimidad y fuerza, que se obtienen a través de una lucha por el poder, vía electoral. Este proceso es un medio de acción política a través del cual se logra la politización de la sociedad y el acceso de ésta a mejores niveles de convivencia y acción política.

Juan Jacobo Rousseau refiere que la política es una actividad necesaria y constructiva, dirigida a mantener la convivencia humana, gobernada por ideales elevados, normas y estructuras que se superan en el devenir histórico. Esta actividad es la que construye las instituciones relacionadas con el gobierno de las comunidades humanas.

Por su parte el sociólogo alemán Max Weber dice que política significará la aspiración a participar en el poder o a influir en la distribución del poder entre los distintos Estados, o dentro de un mismo Estado, entre los distintos grupos de hombres que lo componen.

El concepto de política se entiende como la actividad humana en interacción con el estado. Weber se refiere al poder como la probabilidad de imponer la propia voluntad y a la política como una actividad que involucra una lucha "entre dioses"; tres son los procesos que según él distinguen a la política.

- ✓ Representa la esfera de las relaciones de poder y de dominación.
- ✓ La lucha política es incesante "porque no existe ninguna catarsis definitiva de la historia".
- ✓ Las reglas de la acción política "no son ni pueden ser" las reglas de la moral o de la ética.

La política no ha sido nunca, ni exclusivamente, sólo contraposición. La política es también cooperación. Representa no sólo el intento de identificar contendientes, sino también el esfuerzo de identificar aliados. Es no sólo el ejercicio desperdiciado del poder, sino también su adquisición, organización y distribución.

Por lo tanto, *“el verdadero quehacer de la política no debe ser sólo el acceso al poder, sino una actividad encaminada a procurar la existencia del hombre en comunidad, que sea la política un espacio donde se adopten decisiones entre el gobierno y la sociedad, para el bien público.”*²⁴

De ahí que la participación política, los ciudadanos la deben ejercer desde varios ámbitos; no se debe limitar, sino ser parte de una serie de actividades como: el acto del voto, la militancia en un partido político, la participación en manifestaciones, la contribución dada a una cierta agrupación política, la discusión de sucesos políticos, la participación en comicios o en una reunión sectorial, el apoyo a un candidato durante una campaña electoral, la presión ejercida sobre un dirigente político o la difusión de información política.

En suma la política en tiempos modernos es el arte de definir el presente y el futuro de la sociedad, la dirección de los asuntos públicos con sentido plural, responsable y de justicia. *Hannah Arendt*, en su concepción de la política, plantea tres planos:

Como ciudadanía activa y participante, en la que se desarrolla una solidaridad y reciprocidad que los hombres deben ejercitar en una democracia en cuanto seres libres e iguales.

Como igualdad política, o como la artificialidad de la política, en cuanto la política misma es producto de una interacción humana y, por tanto, el “derecho a tener derechos” no es un atributo natural de los hombres. Quien no está en la comunidad política no ejerce derechos, en este sentido, la “comunidad política” no debe construirse sobre criterios étnicos, religiosos o raciales, sino sobre la base de identidades ciudadanas, es decir políticas.

²⁴ Idem.

Como comunidad política que a su vez crea un espacio público, un espacio de la "presencia común" en la que se decide sobre cuestiones de interés público; la "artificialidad" de la política proviene, precisamente, de que ésta es un producto de la interacción entre los individuos; la política aparece como un artificio, como algo que se construye colectivamente.

Para concluir, Maurice Duverger observa dos tipos de actitudes que genera la política: *"desde que los hombres reflexionan sobre la política, han oscilado entre dos interpretaciones diametralmente opuestas. Para unos, la política es esencialmente una lucha, una contienda que permite asegurar a los individuos y a los grupos que detentan el poder su dominación sobre la sociedad, al mismo tiempo que la adquisición de las ventajas que se desprenden de ello. Para otros la política es un esfuerzo por hacer reinar el orden y la justicia siendo la misión del poder asegurar el interés general y el bien común contra la presión de las reivindicaciones particulares. Para los primeros, la política sirve para mantener los privilegios de una minoría sobre la mayoría. Para los segundos es un medio de realizar la integración de los individuos en comunidad y crear la ciudad perfecta de que hablaba Aristóteles."*²⁵

1.2.1 CULTURA POLÍTICA

La noción de cultura política es tan antigua como la reflexión sobre la vida política de una comunidad y, a pesar de su antigüedad, el concepto fue acuñado por la ciencia política norteamericana a mediados de los años cincuenta del siglo pasado, inscrita dentro de la corriente teórica conductista que enfatizaba *"la necesidad de construir unidades de análisis referentes a la conducta humana"*²⁶ este enfoque plantea que en *"toda sociedad exista una*

²⁵ Carmona Herrera José Lino, *La Administración Pública: un medio para el cambio social*, Tesis, FCPYS UNAM, pág 135.

²⁶ Jacqueline Peschard, *"La cultura político democrática"*, Apuntes Electorales, núm. 8, IFE, p.13.

*cultura política de tipo nacional, en la que estén enraizadas las instituciones políticas y que sea un producto del desarrollo histórico, que se transmita de generación en generación, a través de instituciones sociales primarias como la familia, la iglesia, la escuela y mediante un proceso denominado socialización (el cual hace referencia al tema de cómo, qué y cuándo aprende la población acerca de la política)."*²⁷

La promoción de la cultura política es uno de los factores que expresa y sustenta el desarrollo y la evolución de una sociedad, además de que determina a un conjunto de objetos y acciones políticas medibles, es decir, instituciones y aspectos políticos de las estructuras sociales.

Por tanto, mientras la estructura política dicta la acción, la cultura política define la estructura ideológica, esto es, el sistema de creencias empíricas, símbolos expresos y valores que sustentan la situación donde la acción política se lleva a cabo.

*"Los valores, concepciones y actitudes que se orientan hacia el ámbito específicamente político, es decir, el conjunto de elementos que configuran la percepción subjetiva que tiene una población respecto del poder, se denomina cultura política".*²⁸

El término de cultura política ha pasado a formar parte del lenguaje cotidiano en las sociedades contemporáneas. En la prensa, en los medios de comunicación, en conversaciones informales, con frecuencia se alude a la cultura política para explicar las actitudes, reacciones incluso el comportamiento en general de una población o la conciencia colectiva.

²⁷ Ibidem.

²⁸ Idem.

Como anteriormente se refirió, la noción de cultura política nació en Estados Unidos como un concepto alternativo al de ideología dominante de la escuela marxista, para la cual cultura política es el conjunto de creencias, valores y actitudes que comparte la mayoría de una sociedad, producto del esfuerzo declarado de las clases dominantes por imponer sus códigos valorativos a través de medios formales de transmisión, como los medios de comunicación o el sistema educativo, con el propósito de legitimar su poder económico y social.

Bobbio se refiere al estudio de dos investigadores estadounidenses, G. Almond y S. Verba que definieron la cultura política como *"el conjunto de las orientaciones psicológicas de los miembros de una sociedad en relación con la política"* ²⁹, y postulan tres tipos de orientaciones, posiciones o modos en que el sujeto puede ver los hechos y las relaciones sociales:

Orientación cognoscitiva: está representada por el conjunto de conocimientos y creencias relativas al sistema político, a las funciones que lo componen y a los titulares de estas funciones.

Orientación afectiva: está representada por el conjunto de los sentimientos albergados en relación con el sistema, sus estructuras, etcétera.

Orientación evaluativa: comprende juicios y opiniones sobre fenómenos políticos y requiere la combinación de informaciones, sentimientos y criterios de evaluación.

"Las orientaciones se distinguen según qué tengan por objeto, ya sea el sistema político en su conjunto, ya sea las estructuras de penetración en el sistema político de instancias y demandas existentes en la sociedad, ya sea también las estructuras de tipo ejecutivo o administrativo mediante las cuales se llevan a cabo las decisiones, ya sea finalmente la relación que se establece entre el individuo y el sistema." ³⁰

²⁹ N. Bobbio, *Diccionario de política*, p. 415.

³⁰ *Idem.*

En una cultura política de participación en la que existen orientaciones hacia una posición activa del individuo, se desarrollan la adhesión, apatía y enajenación, fundamentos que pueden ser analizados para caracterizar la relación de congruencia o incongruencia entre la cultura política y las estructuras políticas.

La adhesión se presenta cuando los conocimientos van acompañados de orientaciones afectivas y juicios positivos; por su parte la enajenación y apatía, cuando la actitud predominante de los miembros de una sociedad respecto del sistema es de hostilidad o de indiferencia, respectivamente.

El concepto de cultura política nació ligado a un período de modernización, es decir, a la transición de una sociedad tradicional a una moderna y los efectos que el proceso genera sobre las relaciones de poder. Dicho de otra manera, los cambios a los que se ve sometida una sociedad en modernización se extienden más allá de las fronteras del ámbito económico donde se origina. La explosión de aspiraciones, de no hallar canales adecuados para satisfacerse, da lugar a presiones que amenazan la estabilidad de los sistemas políticos.

Tras la idea de cultura política existe el supuesto implícito de que las sociedades necesitan de un consenso sobre valores y normas que respalde a las instituciones políticas y que legitime sus procesos. Por lo tanto, una cultura política democrática es pilar fundamental de un sistema democrático y establece que, para que funcione de manera permanente, es necesario que se construya un patrón cultural identificado con los principios democráticos.

La participación significa tomar parte en algo, de cualquier forma, sea como espectador o como protagonista, por ello Bobbio refiere tres niveles de participación política:

Presencia. Es la forma menos intensa y más marginal de participación política, se trata de comportamientos esencialmente receptivos o pasivos, situaciones en las cuales el individuo no hace ninguna aportación personal.

Activación. Aquí el sujeto desarrolla, dentro o fuera de una organización política, una serie de actividades de las cuales es delegado permanente o de las que se encarga y puede ser el promotor.

Participación. Se refiere a las situaciones en las cuales el individuo contribuye directa o indirectamente en una situación política. Esta contribución de los ciudadanos es indirecta y se evidencia en la elección de sus dirigentes.

*“El ideal democrático prevé una ciudadanía atenta a los desarrollos de la cosa pública, informada sobre los acontecimientos políticos, al corriente de las principales cuestiones, capaz de elegir entre las distintas alternativas propuestas por las fuerzas políticas y comprometida de manera directa o indirecta en forma de participación.”*³¹ Sin embargo, sabemos que el interés por la política se reduce a un número limitado de ciudadanos y a pesar de que los medios de comunicación dan relevancia a los acontecimientos políticos, el verdadero grado de información política y su ejercicio es muy bajo. Lo cual se demuestra en el cuadro No. 5.

³¹ José Antonio Crespo. *Elecciones y Democracia*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, Instituto Federal Electoral, 1997, pág. 50.

CUADRO NO. 5
PORCENTAJE DE CIUDADANOS QUE CONSIDERA COMO
MUY IMPORTANTES DIVERSAS ACTIVIDADES

PAÍS	Familia	Trabajo	Amigos	Religión	Política
Dinamarca	88	51	52	8	8
España	83	65	45	23	6
Estados Unidos	92	62	53	53	16
Canadá	91	60	51	31	15
Japón	78	40	34	6	14
Noruega	88	73	68	15	10
Chile	85	75	19	51	14
India	77	86	30	49	13
Corea del Sur	93	69	52	26	31
México	85	67	25	34	12
Polonia	91	70	23	53	13
Checoslovaquia	86	56	27	11	9
Nigeria	94	94	53	85	20

FUENTE: Encuesta Mundial de valores, 1990. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, IFE.

Como se observa, en casi todos los países del mundo, los ciudadanos tienen como prioridad opciones distintas a la política, que ocupa el porcentaje más bajo de la encuesta, en relación a los demás ámbitos que ocupan su atención. Por lo tanto, el interés ciudadano por la política se reduce solo al momento en que exige sus demandas ciudadanas como la seguridad pública, el empleo, la educación, la salud, etc.

Para que la cultura política alcance el ejercicio ideal debe sustentarse en los siguientes elementos:

La ciudadanía. Grupo de individuos racionales, libres e iguales ante la ley, que conforman el sujeto por excelencia de la cosa pública y de la legitimación del poder, puesto que la fuente primera y la última del poder es la voluntad del pueblo, es decir, de la ciudadanía. El ciudadano no sólo es súbdito del estado sino que debe participar directa o indirectamente en

la fundamentación misma del poder del estado al ser el titular de la soberanía.

La participación: El ciudadano quiere, al igual que el elector, ser antes que nada un sujeto activo de la política, un miembro de la sociedad con capacidad para nombrar a sus representantes y a sus gobernantes; pero también quiere organizarse en defensa de sus derechos, para ser escuchado por el gobierno y, en fin, para influir en los rumbos y direcciones de la vida política en el sentido más amplio.

La sociedad abierta, activa y deliberativa. Las sociedades democráticas modernas se caracterizan por la gran cantidad de organizaciones y asociaciones que se forman y a las que se incorporan los ciudadanos para promover los más diversos ideales y demandas sociales, en defensa de los derechos humanos, de combate a la pobreza y al hambre, organizaciones y movimientos feministas, ecológicos, pacifistas, conocidos ahora como ONGs, organismos no gubernamentales, los cuales se distinguen por su independencia ante los gobiernos o instituciones estatales.

La secularización. Una cultura que se seculariza es aquella en la que las creencias, sentimientos, concepciones y actitudes hacia los objetos políticos van dejando de estar ligados a estilos ideológicos rígidos y dogmáticos que dependen de una voluntad ajena, para abrirse a toda clase de información y convertirse en seculares, vale decir, conscientes, pragmáticos y multivalorativos, es decir, sujetos al libre albedrío y tolerantes frente al flujo de cambios.

Competencia o eficacia cívica. Ciudadano es también aquel individuo que es capaz de organizarse para plantear demandas en diferentes campos de la vida social (laboral, académico) sin esperar que las autoridades decidan hacer las cosas, sino alguien con disposición a participar en la vida política.

Legalidad. La cultura política democrática hereda de la tradición liberal el principio del respeto a un orden jurídico objetivo que regula solamente la conducta externa de los hombres y que es universalmente obligación, o sea, se aplica a todos por igual.

Pluralidad. Como premisa básica de una cultura democrática, está acompañada de la noción de competencia, en el entendido de que la política es un espacio para ventilar y dirimir diferencias y de que, para evitar abusos en el ejercicio del poder es indispensable someterlo a la competencia entre distintos aspirantes y proyectos políticos con una periodicidad definida.

Autoridad políticamente responsable. Los actos y decisiones de dicha autoridad deben contar con la aprobación de las instituciones de representación de la sociedad, a las que se les ha encomendado la vigilancia o fiscalización del poder como fórmula para evitar la arbitrariedad o la impunidad.

Instituciones democráticas. Todo sistema político está compuesto por unidades interactuantes e interrelacionadas, cuyo rasgo distintivo es su incidencia sobre el proceso político. Mientras las estructuras políticas dictan la acción política, es el sistema de creencias empíricas, símbolos expresos y valores los que definen la situación donde la acción política se lleva a cabo.

Para consolidar un la cultura política ciudadana como pilar del Estado, generado a través del desarrollo político, tratado con anterioridad “cuando lo alcancemos tendremos una nueva aurora en estos países y el pueblo dejará de pensar – como lo hace ahora- en la política como un mal y la comprenderá entonces como la fuerza que mueve la democracia”

1.2.2 LA DEMOCRACIA COMO FORMA DE VIDA

*“La democracia como forma de vida; es el ejercicio del poder traducido en un constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo.”*³² La democracia es una manera de ser y de comportarse en la sociedad en busca de un mejoramiento de la misma, está orientada hacia el ejercicio constante de la libertad y la justicia, por lo tanto debe ser producto de una educación social y manifiesta en una conducta de beneficio colectivo, respeto y tolerancia.

Para que la democracia sea efectiva hay que respetar las leyes y vivir los valores que la sustentan. Se requiere adoptarla como esquema de vida diaria. De esta forma, la democracia deja de ser la fórmula abstracta para convertirse en práctica individual y humana basada en valores de vida diaria: pluralidad, tolerancia, diálogo, respeto, generosidad, independencia, confianza, la búsqueda del acuerdo, todos ellos basados en valores universales como la igualdad, libertad, justicia y equidad.

La democracia como estilo de vida personal, es un campo evidentemente práctico, de ensayo y error, de continuo discernimiento respecto de los valores que deben inspirar la actuación individual, sea ésta de índole familiar, altruista, de trabajo, negocios, etcétera.

Como forma de vida esta vinculada con la psicología personal, pues incide en la forma de pensar, de hablar, en la forma de relacionarse con los demás, en la conducta que los demás aprecian de uno mismo, en lo que se percibe como la concepción de progreso o avance personal. Este enfoque de democracia no por plantearse desde el nivel personal o individual carece de sustento. Al contrario, se basa en el individuo mismo, en el

³² Sandra Ivón Vilchis Flores, *“La legalidad del voto a favor de los candidatos independientes”*, Apuntes Electorales, núm. 4, IEEM, p. 226.

reconocimiento de la persona y el derecho que ésta tiene de encontrar en su entorno, los elementos que le permitan su desarrollo integral en armonía con el de los demás; su base es el reconocimiento de la dignidad humana.

Sólo asimilando desde esta dimensión a la democracia, como forma de conducta y actitud personal, pero que proyecta y trasciende a la vida colectiva, se transitará a ella como forma de gobierno. No puede ser al revés, la democracia no es una forma de gobierno impuesta por la autoridad a los ciudadanos; son los ciudadanos quienes convencidos del gobierno democrático, deben exigir su aplicación en política. Esto es, congruencia entre los modelos de conducta personal de los gobernantes y los modelos de política que propagan y aplican.

La forma más eficiente de lograr la implementación real del modelo democrático a nuestro régimen de gobierno es aplicarlo al esquema personal y de ahí, de manera vertical y progresiva, a las demás instancias en las que se interactúa. Este ejercicio no sólo se acerca a un régimen democrático sino que refuerza la convicción democrática.

La Constitución de nuestro país dice que la democracia es un sistema o forma de vida, como una forma de organización política de la sociedad; se estructura a partir de la soberanía popular, demanda una revisión permanente de las instituciones y procedimientos que traducen la voluntad de la nación en órganos y programas de gobierno, con un sistema electoral que es el lazo que une a representantes y representados.

Se trata de propiciar una transformación en el modo de pensar y actuar por parte de los gobernados; de involucrar los asuntos públicos, en el proceso de toma de decisiones que atañen a la colectividad. No ver solamente el interés particular, sino el interés común, el interés general y en ese sentido, tratar de llegar a un "estado de bienestar".

Una sociedad en la que sus miembros se traten como iguales, se estarían obligando mutuamente a proporcionar a todos las mismas oportunidades materiales para que pudiesen acceder a la esfera pública y desde ahí ser tomadas en cuenta sus reivindicaciones.

No debería ser tarea del estado, de ninguna burocracia administradora, atender a los marginados, sino de la propia sociedad. La cuestión social tiene que ser parte de la cuestión democrática, porque de la concepción del estado como centro asistencial resulta el tratar a los individuos como clientes, pero no como ciudadanos tal y como exige una democracia.

Igualdad y libertad no son suficientes para acceder a una esfera pública de carácter radicalmente democrático, se requiere la solidaridad civil entre todos los ciudadanos, condición de posibilidad de los derechos cívico-políticos.

Aunado a esto, se requiere un ejercicio pleno del derecho, como la norma que permite la convivencia humana, no para reprimir o prohibir, sino para articular a los distintos actores e instituciones políticas, de tolerancia a la pluralidad o diversidad ideológica y partidista, con participación efectiva en las discusiones y conflictos en el espacio público.

No se debe subestimar el alcance colectivo de la actitud personal; la democracia como estilo de vida, como esquema de vida diaria, construye la vía más eficaz y digna para brincar al plano formal, al real, de los adjetivos a los sustantivos, de un país formalmente democrático a un país vivo, gobernado por el pueblo.

1.2.3 EL BIEN COMÚN

Una de las funciones preponderantes del estado a través de los diversos órganos de gobierno que lo integran, es lograr que en la población se generen las relaciones sociales en un mismo plano de libertad, igualdad, respeto, seguridad, tolerancia y pluralismo democrático, por lo que es necesario e impostergable, que el gobierno representativo genere las condiciones que den origen al bien común a favor de sus habitantes. Se observa por ejemplo que a través de las guerras que han enmarcado la historia, la mayoría de las veces su origen es consecuencia de la lucha constante por el ejercicio de los valores democráticos.

El gobierno que fue elegido en forma democrática debe normar invariablemente, su actuación y encaminar sus actos y acciones a lograr el bien común de la población, por lo que para dar cabal cumplimiento a tal propósito, se han creado diversas instituciones y organismos públicos comprometidos con ese fin.

Hay que conocer la justa dimensión del concepto *bien común* el cual es el fin principal del estado; entenderlo y comprenderlo necesariamente conlleva a la reflexión de que tanto gobernantes como gobernados, evidente y permanentemente, deben generar acciones que tiendan a lograr y mantener el bienestar de la base principal de todo estado, esto es, la sociedad. Se puede dar una definición básica del bien común como el conjunto de condiciones materiales y espirituales que posibilitan el desarrollo de las personas que coexisten en un estado y que se encuentran bajo la tutela de un gobierno.

Desde el punto de vista ontológico, el bien común sólo puede lograrse mediante la cooperación de todas las personas individuales que viven en sociedad y que persiguen el mismo fin. Otra acepción lo considera como la concreción material del deseo de la

colectividad, respecto de un bien determinado, sin embargo constituye una limitante a la libertad individual.

A pesar de esto, el bien común no puede ser fijado arbitrariamente en la colectividad, sino que su forma, contenido y límites, dependen del parecer de la parte mayor y más sana de la comunidad, conforme a los supremos principios de la ley natural y a las razones de conveniencia indicadas por las circunstancias históricas.

Desde el punto de vista teleológico, el objeto de toda sociedad es la obtención del bien común, se representa con la diversidad de relaciones unificadas con ese fin. Lo mismo en el orden político natural que en el espiritual y económico, así como el orden social y jurídico. Resultando así el fin, *principium individuationis* (principio de individualidad) para todas las cosas humanas.

El estado en su concepto social no es una entidad sustantiva material o una formación naturalista existente junto al hombre o sobre el hombre, sino que consiste en relaciones de voluntad de una variedad de hombres. Esas relaciones se establecen, fundamentalmente, entre hombres que mandan y hombres que obedecen y que se encuentran establecidos de modo permanente en un territorio.

Por su parte el concepto jurídico de estado, es decir su carácter como sujeto de derechos y deberes, su personalidad, es una expresión de su calidad de sujeto de derecho y significa la relación de una individualidad particular o colectiva con el orden jurídico.

La función del gobierno como institución social promotora del bien común, precisa que las voluntades humanas y el poder son elementos subjetivos. Pero los factores del orden social son objetivos, o sea exceden de las conciencias individuales. Las reglas de derecho y las

instituciones sociales son objetivas porque las ideas que sirven de soporte a reglas e instituciones también lo son.

Una institución pública es una idea de obra o de empresa que se realiza y dura jurídicamente en un medio social, para el alcance de alguno de los aspectos del bien común. Para la realización de esta idea, se organiza un poder que le procura los órganos necesarios para su funcionamiento.

Existen dos tipos de instituciones: las que se personifican y las que no se personifican: las primeras, que integran la categoría *instituciones-personas* o de grupos constituidos (estados, asociaciones, sindicatos, etcétera) el poder organizado y las manifestaciones de comunión de los miembros del grupo, se interiorizan en la idea de la obra. Después de haber sido el objeto de la institución, la idea se convierte en el sujeto de la persona moral que se desarrolla en el cuerpo constituido.

En las instituciones de la segunda categoría, que se denominan *instituciones-cosas*, el elemento de poder organizado y de las manifestaciones de comunión de los miembros del grupo, no están interiorizados en la idea de la obra y aunque existen en el medio social, permanecen exteriores a la idea. Así una institución social consiste, esencialmente en una idea objetiva transformada en una obra social por un fundador, idea que recluta adhesiones en el medio social y sujeta, así, a su servicio, voluntades indefinidamente renovadas.

El ejercicio del poder a través de los gobiernos de los estados es manifiesto, ya que a través de él se promueve la existencia de instituciones públicas tendientes a lograr el bien común de sus habitantes como: la policía, el ejército, los tribunales, las aduanas; pero además aquellas cuyo propósito es el de proporcionar servicios como: las carreteras, los puentes, los edificios, las obras públicas en general, donde sus funcionarios, empleados y servidores

pueden ser fácilmente reconocidos.

A pesar de que en estos tiempos, el gobierno de un estado ha sucumbido muchas veces a la tentación de la violencia y al abuso del poder, no necesariamente implica que el poder político es malo. Muchas son sus realizaciones en el curso de la historia, que lo presentan como un promotor del orden y de la justicia en los pueblos y entre las naciones. Por ello precisamente ha surgido desde inicios del siglo XX y hasta hoy la idea de concebir al gobierno como promotor del bienestar social.

La función social del estado de lograr el bien común, no aparece con toda claridad sino hasta etapas bastante adelantadas en la evolución cultural de los pueblos. Lograr el bien común requiere un alto grado de división del trabajo social y de especialización de las funciones; junto con esto, una red amplia de relaciones de intercambio e interdependencia, lo que hace ver que el estado sólo aparece y cumple su función hasta que las comunidades humanas, ya sea por la densidad de la población, ya sea por la organización de mercados en lo económico o de encuentros culturales entre los pueblos vecinos, llegan a adquirir esa diferenciación en el trabajo y esa multiplicidad de relaciones.

Ni la familia ni la sociedad mercantil, ni un centro cultural o deportivo, ni un sindicato de trabajadores tienen ni pueden tener un poder que corresponda, por su amplitud e intensidad, al del estado, ni una misión como la de éste; pueden incidir o ser determinantes en el ejercicio de éste, pero en cambio sí pueden coadyuvar a la realización del bien común, sólo en parte y no de manera completa, por las limitantes derivadas de su propia y especial naturaleza.

Es indudable que en la vida social actúan fuerzas de muy diversa índole: económica, cultural, jurídica, religiosa. Y todas ellas de una manera o de otra influyen en la política. Los

gobiernos se preocupan por lograr que esas fuerzas actúen en un sentido favorable a las orientaciones de los programas políticos. Al estado no le corresponde más que crear y mantener las condiciones necesarias para que estas fuerzas desarrollen su capacidad al máximo, le toca el papel de promover, ayudar, coordinar, corregir desviaciones, asegurar la necesaria tranquilidad para que se desarrolle un trabajo provechoso en beneficio del bien común.

El poder político es una libre energía que, gracias a su superioridad, asume la empresa del gobierno de un grupo humano por la creación continua del orden y del derecho para alcanzar el bien común, de lo anterior se desprenden tres ideas:

El poder político es una libertad, una energía y superioridad. Una libertad, porque en virtud de su soberanía no hay poder alguno, ni interior, ni exterior que pueda obligarlo a actuar por coacción; una energía porque implica fuerza, dinamismo capaz de imponerse, a fin de estar en aptitud de cumplir su misión con eficacia y una superioridad porque está por encima de todos los demás poderes sociales y dispone de medios para lograr que acaten sus órdenes.

El poder político realiza una empresa. Esa empresa es de gobierno y el gobierno es de un grupo humano. Decir que el poder político realiza una empresa significa que tiene un papel eminentemente activo y que no solamente tiende a dirigir a un grupo ya constituido hacia el bien común sino que en ocasiones da lugar, con su actividad, a la constitución misma del grupo, que antes no existía o existía muy rudimentariamente.

El poder político gobierna por la creación continua del orden y del derecho. Es libertad, espontaneidad, dinamismo, fuerza. Pero libertad no quiere decir arbitrariedad, capricho, voluntarismo puro, sino la capacidad que tiene el individuo humano de adherirse espontáneamente al orden, por eso el poder político para gobernar al grupo humano debe

crear un orden , no material sino jurídico.

Por lo tanto, el estado es responsable del orden, la justicia y el bien común de la sociedad que le está encomendada, para lo cual debe crear y mantener al día un ordenamiento jurídico justo y eficaz, ello implica: legislar, proveer por medio de decretos y servicios públicos a la atención de las necesidades de la colectividad; administrar, resolver pacíficamente y conforme a derecho, los conflictos de intereses que puedan surgir y declarar cuál es la norma aplicable en caso de duda, juzgar y todo lo que dentro de esta tarea compleja, multifacética, reviste en el arte de gobernar.

El bien común no puede ser fijado arbitrariamente en la sociedad, sino que su forma, contenido y límites dependen del parecer de la mayor parte de la comunidad, conforme a los principios de la ley natural y las razones de convivencia que ha indicado cada circunstancia histórica.

El crecimiento social del hombre va desde la persona individual hasta la sociedad y el estado, pero esa expansión no se realiza de un salto, sino paulatina y gradualmente, de tal modo que entre los individuos y el estado se da una multitud de grupos y asociaciones de diversa índole, en los que manifiesta toda la variada gama de aspiraciones, necesidades e intereses del ser humano: la familia, el municipio, el sindicato, la escuela, las sociedades mercantiles, las asociaciones civiles y profesionales, los consorcios industriales, los centros recreativos y culturales, las instituciones de beneficencia, las agrupaciones religiosas y confesionales, etc.

De la misma forma en que ocurre con los organismos vivos más evolucionados, como el mismo hombre, la sociedad posee una estructura orgánica en la cual las sociedades y comunidades intermedias se van ordenando jerárquicamente, según la importancia de su

fin y la amplitud del poder social del que disfrutaban hasta llegar al estado que tiene como fin el bien público temporal (bien común).

El Estado debe reconocer y respetar la libertad con que se constituyen esas asociaciones intermedias y sólo regularlas jurídicamente, de tal suerte que no lesionen el interés público y colaboren, ordenadamente, a la consecución del bien común.

1.3 LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

“Los representantes nombrados por el pueblo no representan a alguien en particular, sino a la nación entera.”

Giovanni Sartori

Participación, en principio significa “tomar parte” también “compartir”, siempre es un acto social. En sociedades democráticas, la participación ciudadana es pareja indispensable de la representación política, como un forma de incluir nuevas opiniones y perspectivas sobre la sociedad. Se invoca a la participación de ciudadanos, de agrupaciones sociales para dirimir problemas específicos y encontrar soluciones comunes mediante una sola acción compartida.

La participación ciudadana supone la combinación entre un ambiente político democrático y una voluntad individual de participar. Participación ciudadana exige la aceptación previa de las reglas del juego democrático y la voluntad libre de individuos para participar: Estado de derecho y libertad de individuos.

Entonces, las circunstancias específicas y el conjunto de voluntades humanas, constituyen los dos ingredientes indispensables; es decir, el medio político, social y económico y los rasgos particulares de los seres humanos que deciden formar parte de una

organización, constituyen los motores de la participación: el ambiente y el individuo, que forman los anclajes de la vida social. *“La participación es siempre, a un tiempo, un acto social, colectivo y el producto de una decisión personal”* ³³

La participación ciudadana surge de acuerdo con el entorno político y la voluntad individual de quienes deciden participar.

Conservar un cierto equilibrio entre la participación de los ciudadanos y la capacidad de decisión del gobierno es quizás, el dilema más importante para la consolidación de la democracia. De ese equilibrio depende la llamada gobernabilidad de un sistema político que generalmente suele plantearse en términos de una sobrecarga de demandas y expectativas sobre una limitada capacidad de respuesta de los gobiernos. Es sabido que los recursos públicos siempre son escasos para resolver las demandas sociales, aun entre las sociedades de mejor desarrollo y mayores ingresos.

Sin embargo, los gobiernos no solo administran el gasto público, sino que emiten leyes y las hacen cumplir, así como también producen símbolos culturales: ideas e imágenes que hacen posible un cierto sentido de pertenencia a una nación en particular e identidades colectivas entre grupos más o menos amplios de población. Estos últimos forman además los criterios de legitimidad sobre los que se justifica la actuación de cualquier gobierno.

Gobernabilidad y legitimidad son palabras que se entrelazan en la actividad cotidiana de los regímenes democráticos a través de conductos establecidos por la representación y participación, mediante las decisiones legislativas y reglamentarias, los actos, los mensajes políticos, el diseño y el establecimiento de políticas públicas. *“Así, primero se dio la libertad,*

³³ Mauricio Merino, *La participación ciudadana en la democracia*, México, IFE, 1997 (Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, 4).

luego los derechos políticos y posteriormente los derechos sociales, de modo que la participación ciudadana ha ido cobrando distintas connotaciones hasta nuestros días”³⁴

La consolidación de la democracia requiere mantener abiertos los canales de la participación y despiertos los valores que le dan estabilidad a ese régimen. Entre la actitud ética y la actitud política hay ciertas diferencias notables: la ética es ante todo una perspectiva personal, mientras que la actitud política busca otro tipo de acuerdo con los demás, la coordinación, la organización entre muchos de lo que afecta a muchos.

Cuando se piensa moralmente se tiene que convencer más que a uno mismo; en política es imprescindible que uno convenza o se deje uno convencer por otros. Pero la participación política, la participación ciudadana, supone ambos procesos simultáneamente: el convencimiento propio de las razones que llevan a participar y el acuerdo con los demás para iniciar una empresa común, de modo que en ésta participación se reúnen los valores individuales que hacen digna la iniciativa personal de participar y los valores colectivos que hacen posible la vida civilizada.

La democracia moderna requiere de tres valores fundamentales:

La responsabilidad, entendida como: ser libre, es ser responsable. Y en ese sentido la participación ciudadana en la democracia es también una forma de influir y de dejarse influir por quienes comparten la misma libertad de participar. Responsables ante nosotros y ante los demás.

La tolerancia: como el reconocimiento de las diferencias, de la diversidad de costumbres y formas de vida. Tolerar no significa aceptar siempre lo que otros opinen o hagan, sino reconocer que nadie tiene el monopolio de la verdad y aprender a respetar los puntos de vista ajenos.

³⁴ *Idem*, p. 44.

La solidaridad entendida no como un acto caritativo, sino como un esfuerzo de cooperación social y una iniciativa surgida de la participación ciudadana para vivir mejor.

Para Jean Cohen y Andrew Arato, la sociedad se integra por la sociedad política, la sociedad económica y la sociedad civil. En la primera consideran al parlamento, al sistema de partidos y a los foros políticos públicos. No incluyen al gobierno en el sentido amplio ni explícito a las organizaciones políticas distintas de los partidos. La segunda se integra por sindicatos, asociaciones patronales y organizaciones vinculadas a la operación de mercado.

Por su parte la sociedad civil es la esfera de interacción entre la economía y el gobierno, esta conformada por dos componentes: uno remite al conjunto de organizaciones voluntarias que no pertenecen a la esfera del poder público ni del mercado: el otro se refiere a los movimientos sociales y modifican a las instituciones.

Ante la falta de una clasificación de las organizaciones, se retomara este modelo para tipificar a las organizaciones en políticas, económicas y civiles según procedan de la sociedad política, económica o civil. En conjunto se les denomina organizaciones sociales.

Organizaciones de la sociedad política: crean identidades e integran a segmentos de las sociedades torno a proyectos y aspiraciones colectivas. Se distinguen las siguientes:

Formales se sujetan a reglas explícitas de lucha por el poder y acuerdos que guían la conducta de sus miembros; el ejemplo mas claro son los partidos políticos.

Informales aquellas que sin ser partidos, llevan a cabo labores con las que buscan influir en las decisiones políticas

Culturales persiguen transformar el orden social a través de la promoción de nuevos valores morales, políticos y culturales.

Organizaciones de la sociedad económica: se encuentran condicionadas por las leyes del mercado y actúan en un marco legal que les otorga reconocimiento y acota sus campos de acción: sindicatos, clubes empresariales y grupos de producción entre otros.

Organizaciones de la sociedad civil: se caracterizan por el interés de estar en contacto con la problemática de la pobreza y la marginalidad; la flexibilidad para detectar problemas e intentar resolverlos, por su posicionamiento, por ser instancias con capacidad organizativa y de acción, por su contribución al fomento de la participación social sin tener fines de lucro. Existe polémica sobre su conceptualización y características, debido a su cantidad y el papel protagónico, que actualmente están jugando en la sociedad.

A éstas organizaciones se les ha denominado de diversas formas: organizaciones no gubernamentales ONG'S, organizaciones civiles de promoción y desarrollo OCPD'S, instituciones de cooperación para el desarrollo, organizaciones civiles OC'S, entre otras. Con frecuencia algunos de estos términos, son utilizados como sinónimos de "sociedad civil", como se puede apreciar en el cuadro No. 6.

CUADRO NO. 6 ORGANIZACIONES CIVILES POR ACTIVIDAD

TIPO DE ORGANIZACIÓN	NO. DE ORGANIZACIONES	PORCENTAJE
Asistencia Social	135	10.20%
Promoción Social	241	18.20 %
Colonos	13	0.98 %
Derechos humanos, Democracia	234	17.67 %
Asesoría legal	26	1.96 %
Mujeres	90	6.80 %
Indígenas	21	1.59 %
Emigrantes y refugiados	15	1.13 %
Ecología	145	10.95 %
Colegio de Profesionistas y Cámaras empresariales	149	11.25 %
Cultura	69	5.21 %
Frentes populares	82	6.19 %
Institutos de investigación y formación	74	5.59 %
Formación y publicaciones de promoción social	14	1.06 %
Organismos internacionales de apoyo al desarrollo	16	1.21 %
TOTAL	1,324	100.0 %

FUENTE. Elaborada por la Dirección de Desarrollo Político del Estado de México con datos del directorio de la Secretaría de Gobernación.

En el apartado que abordó el problema del abstencionismo, señalé que la participación de las personas incrementa cuando obtienen un beneficio o cuando alguien pierde su integridad y como se observa en el cuadro anterior, esta tesis se comprueba al encontrar que la mayor parte de las organizaciones que son de promoción social y de derechos humanos nacen en el momento que se merma o se ve pisoteada la integridad de un individuo. Por lo tanto, al igual que en la medicina se crea un área de medicina preventiva, los ciudadanos debemos de participar en organizaciones que prevean, que determinen las peticiones y actividades que nos interesen, en eso consiste la cultura de participación política de ser propositivos y no organizarse una vez que el problema ya nos alcanzó. Creo que es más fácil prevenir que resolver.

Sin embargo, como es importante también, en el siguiente apartado se conocerán las figuras, órganos y medios de participación ciudadana, los cuales permiten la interacción y son conducto de la ciudadanía con el gobierno.

1.3.1 FORMAS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Es sabido que la sociedad juega un papel fundamental en la construcción y consolidación del desarrollo económico, político y social. La sociedad y el gobierno son corresponsables del bienestar y desarrollo de sus habitantes, por ello es importante informar a los ciudadanos sobre los medios, órganos y figuras a través de los cuales pueden participar y que se encuentran reconocidos legalmente en nuestra entidad, con el propósito de fortalecer el desarrollo político democrático, acorde al entono actual.

Es substancial la participación ciudadana, porque todos debemos sumarnos a las acciones de gobierno para tener la posibilidad de vivir en armonía y concordia, es decir, del bien común. Para el conocimiento de las figuras de participación, se clasificaron en cinco apartados, de acuerdo a lo propuesto por el Gobierno del Estado de México:

PARA SER ESCUCHADOS

Audiencia pública: es la atención que se da a los ciudadanos por parte de servidores públicos de los ámbitos federal, estatal y municipal, como respuesta a una petición que realizan a una autoridad para ser escuchados en lo que exponen, reclaman o solicitan. Sirve para plantear las demandas populares y buscar la solución a problemas sociales, los responsables en la atención son los titulares de las dependencias y unidades administrativas del Ejecutivo federal, estatal y municipal.

Consulta ciudadana: es el mecanismo a través del cual se convoca a los ciudadanos para que opinen o decidan sobre asuntos de interés colectivo, su objetivo es tomar en cuenta la opinión de los ciudadanos en asuntos de interés colectivo sobre la formulación de determinado plan o programa gubernamental para el desarrollo nacional, regional o local. Existen dos tipos de consulta:

Consulta pública: convocatoria a los habitantes para que a través de su opinión, resuelvan sobre un asunto de interés colectivo.

Consulta popular: parecer que se pide a los ciudadanos sobre los asuntos relativos a la planeación nacional, regional, local o municipal.

Para que se lleve a cabo es necesario que la autoridad o instancia de gobierno expida la convocatoria para participar en la consulta.

Foro de consulta popular: es una instancia de participación social dentro del sistema de planeación democrática, en la cual los ciudadanos tienen la posibilidad en forma abierta con bases en sus conocimientos técnicos profesionales o empíricos, con el fin de expresar sus puntos de vista de los temas a tratarse. Su propósito es analizar y proponer medidas de solución sobre fenómenos y problemas específicos; para integrar planes de desarrollo y sus programas.

Foros de consulta popular federal tiene como propósito conocer las opiniones de los ciudadanos en torno a asuntos y problemas para la integración del Plan Nacional de Desarrollo.

Foros de consulta popular estatal tiene como propósito conocer las opiniones de los ciudadanos en torno a asuntos y problemas para la integración de un plan de desarrollo estatal.

Foros de consulta popular municipal, tienen como propósito conocer las opiniones de los ciudadanos en torno a asuntos y problemas para la integración del Plan de desarrollo Municipal.

Referéndum: es la figura política característica del régimen democrático, por medio de la cual la ciudadanía participa en el proceso de la toma de decisiones por consenso popular, sirve para que los ciudadanos expresen su aprobación o rechazo a las normas, adiciones o ambas, que se le hagan a la Constitución política del Estado o a las leyes que expida la Legislatura. Hay dos tipos de referéndum: el Constitucional y el Legislativo.

PARA COLABORAR CON LAS AUTORIDADES

Asociación de padres de familia: es el conjunto de personas que ejercen legalmente la patria potestad y los tutores de los alumnos inscritos en los centros escolares, que se organizan dentro de los planteles educativos.

Autoridad auxiliar municipal; es un órgano de apoyo a las actividades y funciones del ayuntamiento. Son autoridades auxiliares municipales: los delegados, los subdelegados, jefes de sector o de sección y jefes de manzana que designe el ayuntamiento, su función es ejercer en sus respectivas jurisdicciones, las atribuciones que les delegue el ayuntamiento; para mantener el orden, la tranquilidad, la paz social, la seguridad y la protección de los vecinos; conforme lo establecido en la Ley orgánica municipal de la entidad federativa, el bando municipal y los reglamentos respectivos.

Brigada: es el conjunto de empleados que laboran en el mismo lugar de trabajo de una empresa o dependencia pública, organizados para cumplir objetivos relacionados con la protección civil, su objetivo es realizar actividades de protección civil al interior del inmueble, empresa u oficina pública.

Comité ciudadano de control y vigilancia: es un órgano auxiliar del sistema estatal de control y evaluación de la gestión pública, responsable de la supervisión de la obra pública

estatal y municipal, electos democráticamente en asamblea general de los ciudadanos beneficiados con su construcción, su propósito es auxiliar en la supervisión preventiva de la obra pública estatal y municipal, verificando que esta se construya con calidad, honestidad, eficacia y transparencia.

Comisiones municipales: es una forma de organización administrativa, integrada por un conjunto de personas encargadas legalmente de realizar determinadas actividades que correspondan al gobierno municipal. Sirve para realizar una tarea específica dentro de las actividades generales del cabildo, por ejemplo: la comisión de planeación para el desarrollo municipal y alguna otra comisión del ayuntamiento.

Consejos consultivos estatales y municipales: son organismos de carácter consultivo para la definición y ejecución de las políticas y programas estatales y municipales, tienen como propósito colaborar con la administración pública estatal y municipal, brindando asesoría sobre diversas materias de desarrollo del estado.

Consejo escolar de participación social: es un órgano de consulta, orientación y apoyo de la Secretaría de Educación, que tiene por objeto coadyuvar en el fortalecimiento de la educación pública.

Consejo de participación ciudadana: son órganos de comunicación y colaboración entre la comunidad y las autoridades municipales, integrado con vecinos de la localidad de un municipio, barrio o comunidad, su objetivo es promover acciones de gestión y ejecución de los planes y programas municipales en diversas materias.

Grupos voluntarios: en materia de protección civil son grupos integrados por personas físicas y morales que tengan experiencia y conocimientos en las diferentes actividades que

conforman esta materia, funcionan para formar personal organizado y preparado para participar en la prevención, auxilio y restablecimiento en casos de siniestro o desastre.

Junta de pobladores: es un órgano de participación en los núcleos de población ejidal que puede constituirse en cada ejido y se integra por los ejidatarios y vecindados, tiene como propósito realizar propuestas sobre cuestiones relacionadas con el poblado, sus servicios públicos y los trabajos comunitarios del asentamiento humano.

Órganos del ejido: es la estructura e instancias de organización de los núcleos de población ejidal que se rigen por la Ley Agraria, los cuales eligen mediante asamblea, sirven para desempeñar las funciones que marca la ley Agraria y el Reglamento del Ejido.

Vigilante voluntario; es un ciudadano de reconocido prestigio que de manera comunitaria y espontánea colabora con la policía e involucra a los ciudadanos con la labor de vigilancia pasiva, sin intervención directa, dentro de sus comunidades a través de grupos de ciudadanos organizados, coadyuvando con los cuerpos judiciales en la prevención del delito.

PARA TOMAR DECISIONES DE MANERA ORGANIZADA

Agrupaciones políticas nacionales: son las formas de organización ciudadana que coadyuvan en el desarrollo de la vida democrática y de la cultura política así como a la creación de una opinión pública mejor informada, contribuyen al surgimiento de un partido político, por la vía de la formación de cuadros políticos y de la elaboración de programas de interés público.

Asamblea: es una reunión de personas, celebrada previa convocatoria, para tratar, discutir y resolver en su caso, cuestiones de interés común a los asambleístas. De lo acontecido se deja constancia en un acta de asamblea. Es un órgano resolutorio de las cuestiones

correspondientes a los miembros de la asamblea de la cual existen dos tipos: ordinaria y extraordinaria.

Asociación civil: es la reunión de varios individuos que convienen en asociarse de manera que no sea transitoria, para realizar un bien común que no esté prohibido por la ley, y que no tenga carácter preponderantemente económico su objetivo es lograr fines materiales de interés común.

Instituciones de asistencia privada: son personas morales de interés público constituidas por particulares, con personalidad jurídica y patrimonios propios sin fines de lucro, que tienen como objeto promover el desarrollo integral del individuo, sin designar individualmente a los beneficiarios. A su denominación deberá seguir el término de asociación de asistencia privada IAP y contribuyen a modificar, mejorar y eliminar las circunstancias que impiden a individuos su desarrollo integral, así como la protección de personas en estado de necesidad, desprotección o desventaja física y mental y aquellas que como resultado de desastres naturales se encuentren en estado de abandono total o parcial, para lograr su incorporación a una vida plena y productiva. Existen dos tipos de instituciones de asistencia privada, fundaciones y asociaciones.

Asociaciones sociales municipales: son grupos de individuos que se reúnen de común acuerdo para el logro de un bien específico se cohesión con base en el elemento de identidad, buscan alternativas de solución a problemáticas de las que se ocupa. Se caracterizan para su autodeterminación y por ocupar un papel relevante en la configuración de nuevas formas de participación; y son expresiones de la pluralidad social. Representan intereses de un grupo de individuos.

Sociedad de solidaridad social: son un grupo de personas físicas de nacionalidad mexicana, en especial trabajadores del campo, que integran un patrimonio de carácter colectivo que estén empleadas y destinen una parte del producto de su trabajo a un fondo de solidaridad social. Es su propósito convenir sobre las modalidades de sus actividades y cumplir las finalidades de la sociedad.

PARA HACER RESPETAR NUESTROS DERECHOS

Afirmativa ficta: es una resolución favorable que la ley atribuye a la falta de respuesta de las autoridades, a las solicitudes de los interesados dentro de los plazos que las disposiciones legales establecen. Sirve para determinar en los asuntos que lo permitan, plazos y límites para su resolución y valorar la conveniencia de establecer como medida práctica la aprobatoria tácita en sentido favorable a los particulares, cuando no medie contestación por escrito al planteamiento de los solicitantes dentro de los plazos legales fijados.

Derecho de petición es la solicitud de forma escrita mediante oficio, que los ciudadanos pueden hacer a una autoridad competente, sobre asuntos públicos de su interés.

Iniciativa popular es el derecho de los ciudadanos para presentar en forma individual o colectiva proyectos de iniciativas de ley o decreto para regular actos de interés general, o reformar las normativas existentes.

Recurso administrativo de inconformidad: es un medio de impugnación que tienen los particulares contra actos y resoluciones de las autoridades administrativas y fiscales cuando han sido afectados en sus intereses jurídicos o legítimos, su propósito es enmendar si existe el error o agravio que motiva el medio de impugnación.

CAPÍTULO 2

LAS ELECCIONES DEL AÑO 2000

EN EL ESTADO DE MÉXICO

“La salud de las democracias, cualquiera que sean su tipo y su grado, depende de un mísero detalle técnico; el proceso electoral. Todo lo demás es secundario.”
Ortega y Gasset

2.1 GEOGRAFÍA

El Estado de México es una de las entidades más importantes política, económica y socialmente en el país, envuelve con su territorio al Distrito Federal, de ahí que el crecimiento y desarrollo de la capital del país se refleja y extiende por la geografía mexiquense.

La superficie de 22,499.95 kilómetros cuadrados es habitada por 13, 083, 359 ³⁵ individuos, lo cual representa que en cada kilómetro cuadrado se establecen 581.4 personas. Actualmente representa el 13.44% de la población total del país, siendo el porcentaje más alto de participación por entidad y se estima que para el año 2010 se incrementará a 15, 562, 764 habitantes.

La tasa de crecimiento promedio anual durante el período de 1990-1995 fue del 3.2%, se estima que de mantener ese ritmo, la entidad duplicaría su población en 22 años. Esta dinámica ha dependido del crecimiento natural y a partir de 1970, del crecimiento social ya que en las últimas tres décadas el porcentaje de migración alcanzó el 12.1%, consecuencia de su ubicación geográfica, pues ha sido una alternativa para alojar crecientes flujos migratorios provenientes del Distrito Federal, Hidalgo, Michoacán, Puebla, Oaxaca y Veracruz.

³⁵ http://www.inegi.gob.mx/estadistica/español/estados/mex/sociodem/municipal/mun_01.html

A continuación se presenta un cuadro con el desglose por edad y sexo de la población que habita el Estado de México.

CUADRO NO. 7
POBLACIÓN TOTAL DEL ESTADO DE MÉXICO
POR GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD Y SEXO, 1999.

GRUPOS QUINQUENALES DE EDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
De 0 – 4 años	1 361 439	691 190	670 249
De 5 – 9 años	1 388 690	705 940	682 750
De 10 – 14 años	1 406 871	713 835	693 036
De 15 – 19 años	1 354 186	680 266	673 920
De 20 – 24 años	1 324 255	659 347	664 908
De 25 – 29 años	1 271 918	628 309	643 609
De 30 – 34 años	1 124 304	550 987	573 317
De 35 – 39 años	925 367	450 037	475 330
De 40 – 44 años	720 887	348 338	372 549
De 45 – 49 años	546 541	265 853	280 688
De 50 – 54 años	408 166	198 774	209 392
De 55 – 59 años	309 216	149 622	159 594
De 60 – 64 años	234 046	111 728	122 318
De 65 – 69 años	171 741	80 214	91 527
De 70 – 74 años	120 825	54 990	65 835
De 75 – 79 años	78 006	34 444	43 562
De 80 – 84 años	44 139	18 755	25 384
De 85 y más años	42 491	17 087	25 404
TOTAL	12 833 088	6 359 716	6 473 372

FUENTE: GEM., SGG. Consejo Estatal de Población 1995 – 2000 (Información CONAPO)

Estos datos indican que el Estado de México está integrado por una población joven, ya que la población se encuentra entre los 0 – 34 años y representan el 71.93 %, casi tres cuartas partes de la población total, entre ésta el rango mayoritario corresponde de los 10 a los 14 años con un 10.96%. Por su parte, los adultos de 35 a 85 años representan tan solo el 28.06%.

A pesar de ser una entidad con gente muy joven, destaca el bajo nivel educativo en la población económicamente activa, de acuerdo a la Encuesta Nacional de Empleo realizada en 1996, el 21.3% de la PEA no cuenta con instrucción o tiene la primaria incompleta y solo un 23.2% cuenta con estudios de nivel medio superior y superior. Lo que se demuestra en el cuadro 8.

CUADRO 8
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA POR SEXO,
SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN.

Estado de México	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	4'882,431	3'239,714	1'642,717
Sin instrucción	299,502	147,746	151,756
Primaria incompleta	741,661	469,764	271,897
Primaria completa	1'110,864	761,995	348,869
Secundaria*	1'596,174	1'078,455	517,719
Medio superior	537,426	391,262	146,164
Superior	595,666	389,354	206,312
No especificado	1,138	1,138	0

- Incluye a la población de 12 años y más que tiene secundaria incompleta y completa.
- FUENTE Encuesta Nacional de Empleo del estado de México 1996.

El cuadro muestra que la PEA (Población Económicamente Activa) corresponde en su mayoría al sexo masculino 66.35% lo cual indica que en la entidad aún prevalece, una mayor integración del sexo masculino en el mercado de trabajo.

El primer informe del gobernador Arturo Montiel Rojas, señala que el 43.4% de la población es económicamente activa, casi la mitad de la población total. Por lo tanto, el Estado de México se integra por una población joven y económicamente activa, es decir productiva, pero la calidad de producción de acuerdo a su edad y nivel educativo es muy baja. La más alta corresponde al nivel medio básico (secundaria).

En segundo lugar se encuentra la producción de quienes tienen la primaria completa y un tercer lugar para la primaria incompleta; ésta población con baja escolaridad al ingresar al mercado de trabajo ocupa empleos que no exigen mayor especialización, por lo tanto, no tienen acceso a niveles directivos. La población económicamente activa con una educación superior (universitaria) tan sólo representa el 14.2%.

Cabe destacar que en el rezago educativo, el mayor porcentaje de instrucción en cualquier nivel, lo ocupa el sexo masculino y el menor el sexo femenino, lo cual expresa que se trata todavía de una sociedad tradicionalista, al tener una participación minoritaria de la mujer. Enseguida se presenta el desglose del sector educativo.

CUADRO 9
ALUMNOS, PERSONAL DOCENTE, ESCUELAS Y GRUPOS, POR NIVEL EDUCATIVO
1998 – 1999 (FIN DE CURSOS).

NIVEL EDUCATIVO	ALUMNOS INSCRITOS	PERSONAL DOCENTE	ESCUELAS	GRUPOS
TOTAL	3 484 591	167 079	17 688	118 748
MODALIDAD ESCOLAR	3 307 357	150 350	16 109	113 392
BÁSICA	2 816 977	109 906	14 757	100 647
Preescolar	310 179	12 599	5 080	14 942
Primaria	1 849 088	60 980	6 924	66 341
Secundaria General	427 032	24 073	1 476	11 476
Secundaria Técnica	159 465	8 492	421	4 211
Telesecundaria	69 584	3 629	846	3 602
Secundaria/Trabajador	1 629	133	10	75
Capacitación/Trabajo	73 843	2 400	303	4 625
MEDIA SUPERIOR	250 428	19 589	804	7 442
Bachillerato	208 865	16 173	691	6 040
Profesional Técnica	41 563	3 416	113	1 402
SUPERIOR	166 109	18 455	245	678
Licenciatura y Posgrado	22 011	1 801	49	678
Licenciatura				
Tecnológica y Universit.	136 278	15 399	138	-----
Posgrado Tecnológico y				
Universitario	7 820	1 255	58	-----
MODALIDAD NO				
ESCOLARIZADA	177 234	16 729	1 579	5 356
Inicial	8 604	803	104	532
Especial	27 607	1 326	188	860
Otros servicios	141 023	14 600	1 287	3 964

FUENTE: GEM., SECyBS Concentrado Estadístico Estatal de Fin de Cursos 1998 - 1999

El nivel educativo con mayor demanda y atención es el básico que representa al 53.06% del total. A cada escuela asisten 267 alumnos, es decir 44.5 alumnos por aula. A pesar de que la cobertura no es deficiente, aun se observa la necesidad de incrementar el número de planteles de acuerdo a la demanda, pues los grupos aun son numerosos.

Sin embargo, la diferencia establecida entre el nivel educativo básico y el nivel superior es sumamente grande, de cada 100 alumnos que se inscriben en la formación básica solo 8

llegan a nivel superior. Para satisfacer ésta demanda existen 187 escuelas superiores a las cuales deben ingresar 846 alumnos por ciclo escolar.

El nivel de instrucción para los mexiquenses es muy bajo. Esto se puede atribuir a su necesidad económica que implica su incorporación temprana al mercado laboral y a la falta de cobertura en instituciones de educación media superior y superior en la entidad, sumando a ello la centralización de los servicios educativos que ofrece el estado y la incapacidad de las instituciones educativas del Distrito Federal, que son las más próximas, para incrementar su matrícula.

El bajo nivel educativo y cultural es un grave problema en la entidad, se observa en el siguiente cuadro que presenta la cantidad de servicios que el gobierno estatal ofrece a la mitad de su población, que es menor de 34 años y demanda servicios que fomenten la cultura y sean una extensión de su formación académica.

CUADRO 10
INFRAESTRUCTURA CULTURAL EXISTENTE, 1998 – 1999

CONCEPTO	1998	1999
ARCHIVO HISTÓRICO	122	122
ESTATAL	1	1
MUNICIPAL	121	121
CENTRO CULTURAL	2	2
CASA DE CULTURA	106	106
MÓDULO CULTURAL	28	28
BIBLIOTECA	547	554
MUSEO ESTATAL	26	26
MUSEO INAH	8	8

FUENTE: GEM., SECyBS. Instituto Mexiquense de Cultura, 1999.

Por su parte, la distribución de la población en el Estado de México se integra de la siguiente manera: las zonas urbanas ocuparon hasta 1990 el 84.4% de la población total,

mientras que los habitantes de las zonas rurales representan tan solo el 15.6%. Lo anterior se debe a la integración de dos zonas metropolitanas: una en torno al Distrito Federal y otra a la Ciudad de Toluca.

De acuerdo al Primer Informe de Gobierno del actual gobernador, la población se distribuye de la siguiente manera (Ver cuadros 11 y 12):

CUADRO 11
POBLACIÓN TOTAL URBANA Y NO URBANA, SEGÚN SEXO, 1999

POBLACIÓN TOTAL URBANA Y NO URBANA	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	12 833 088	6 359 716	6 473 372
URBANA	9 374 782	4 630 564	4 744 218
NO URBANA	3 458 306	1 729 152	1 729 154
MIXTA	1 606 424	797 514	808 910
RURAL	1 851 882	931 638	920 244

FUENTE Primer Informe de Gobierno, Gobierno del Estado 2000

El 86.30% de la población se concentra en las zonas urbanas y el 13.70% en las zonas rurales, una cantidad enorme de población habita las zonas urbanas, que de los 126 municipios del estado se concentran en cuatro de ellos, que a su vez conforman la zona metropolitana del Distrito Federal, de ahí la importancia económica, política y social que representan estos municipios para el estado.

CUADRO 12
DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN
10 MUNICIPIOS MÁS POBLADOS EN LA ENTIDAD

MUNICIPIO	1995	%	2000	%
TOTAL	11' 707,964	100	12' 833,088	100
Ecatepec	1' 457,124	12.45	1' 556,866	12.13
Nexahualcoyotl	1' 233,868	10.54	1' 228,075	9.56
Naucalpan	839,723	7.17	864,402	6.73
Tlanepantla	713,143	6.09	717,441	5.59
Toluca	564,476	4.82	612,961	4.77
Atizapán de Z.	427,444	3.65	515,265	4.01
Cuautitlán Izcalli	417,647	3.57	484,163	3.77
Chimalhuacan	412,014	3.52	452,571	3.52
Tultitlán	361,434	3.09	436,047	3.39
Valle de Chalco Solid	287,073	2.45	346,335	2.69

FUENTE: Primer Informe de Gobierno, Arturo Montiel Rojas 2000.

Sin embargo para fines electorales, solo se considera a la población electoral, es decir a aquella con categoría de ciudadano que esta inscrita en el Registro Federal de Electores y cuenta con su credencial para votar con fotografía, de acuerdo a lo establecido en el artículo 36 fracción I de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, al artículo 29 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México y al artículo 6 del Código Electoral del Estado de México.

El padrón electoral, es la lista de individuos que una vez cumplida la mayoría de edad (18 años) adquiriendo el título de ciudadanos, se inscriben voluntariamente en él, a través de una solicitud individual que presentan ante el Registro Federal de Electores. Además de este registro de ciudadanos, existe la lista nominal de electores que es otro de los instrumentos electorales el más importante, el cual se integra por aquellos ciudadanos que una vez inscritos en el padrón electoral, han tramitado y recibido su credencial para votar con fotografía. El

Estado de México ocupa el primer lugar de padrón electoral en el país por la cantidad de ciudadanos que lo integran.

No obstante, el porcentaje de cobertura que tiene la lista nominal con relación al padrón electoral, no es el primero, ocupa el lugar número 23 del país con el 94.19% de ciudadanos inscritos en el padrón electoral. Es decir, hay ciudadanos registrados en el padrón electoral pero no han tramitado su credencial para votar y representan el 5.81% de ciudadanos con posibilidades de votar y que están impedidos por no contar con el documento. Lo cual es una causa importante de abstencionismo electoral.

CUADRO 13
COBERTURA DE CIUDADANOS INSCRITOS EN EL PADRÓN ELECTORAL
Y LISTA NOMINAL POR ESTADO

ENTIDAD	PADRÓN ELECTORAL		LISTA NOMINAL	
	FECHA	REGISTROS	FECHA	REGISTROS
MÉXICO	23-DIC-99	7,543,178	12-DIC-99	7,104,882
DISTRITO FEDERAL	23-DIC-99	6,305,929	12-DIC-99	5,993,706
VERACRUZ	23-DIC-99	4,253,934	21-DIC-99	4,022,842
JALISCO	23-DIC-99	3,833,017	5-DIC-99	3,627,525
GUANAJUATO	23-DIC-99	2,767,926	5-DIC-99	2,663,858
PUEBLA	23-DIC-99	2,743,234	28-DIC-99	2,609,063
MICHOACAN	23-DIC-99	2,407,061	12-DIC-99	2,289,609
NUEVO LEÓN	23-DIC-99	2,389,528	12-DIC-99	2,303,588
CHIAPAS	23-DIC-99	2,090,863	5-DIC-99	1,959,846
OAXACA	23-DIC-99	1,954,486	12-DIC-99	1,830,561

FUENTE: [www. ieem.org.mx](http://www.ieem.org.mx)

En virtud de lo anterior, se desprende la importancia que merece el Estado de México para el país en cada uno de los ámbitos político, económico, social, cultural y electoral, a través de los que cada mexiquense busca mejorar sus condiciones de vida, originándose en el momento de elegir a nuestros gobernantes.

La democracia es un diálogo permanente y una forma de vida a la que aspiramos; sobre todo, debe ser un esfuerzo colectivo cotidiano, y debe traducirse en diferentes formas de participación, que inicien sobre todo desde nuestra infancia y no sólo en los ámbitos electorales.

2.2 EL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO " IEEM "

El proceso electoral federal de 1988, en el cual se eligió al Presidente de la República, fue un parteaguas en el sistema político mexicano y para todos los habitantes del país, en virtud de la poca o casi nula credibilidad con la que se designó al Lic. Carlos Salinas de Gortari como presidente electo, la organización y el desarrollo de la jornada electoral estuvo llena de anomalías. La documentación electoral utilizada no fue del conocimiento público, impidiendo de ésta forma la confrontación de los resultados obtenidos con los contenidos en ellos.

A partir de ese momento, la ciudadanía no fue la misma, cuestionó y se inconformó con el resultado de la elección, exigió respuesta y solución a sus demandas. Por su parte el gobierno electo presionado por su falta de legitimidad y credibilidad ante los ciudadanos, se vio en la necesidad de autolegitimarse, de limpiar sus culpas, de reconciliarse con la sociedad civil y para ello la hizo partícipe con la creación del Instituto Federal Electoral.

Así los gobiernos de los estados, coherentes con la nueva política de apertura hacia la democracia y participación ciudadana trazada por el gobierno federal, hicieron lo propio en sus ámbitos, tratando con ello de consolidar su propio gobierno.

2.2.1 ANTECEDENTES

En septiembre de 1992, el titular del Ejecutivo en el Estado de México envió un proyecto de decreto, para reformar algunos aspectos que perfeccionaran el sistema político electoral de la entidad. Estos se relacionaban con las autoridades electorales encargadas de la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos, la jornada y de lo contencioso electoral. Lo anterior, para asegurar que las elecciones se distinguieran por su transparencia y que cada voto de los ciudadanos contara de manera real.

Así el 3 de febrero de 1993 la LI Legislatura del Estado de México emite el Decreto número 160, a través del cual se reforman los artículos 58, 66 y 72, entre otros, de la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales en el Estado de México (LOPPEEM). Los preceptos reformados incluyen, por primera vez en la historia político-electoral de la entidad; la inclusión de ciudadanos "imparciales" en la integración de los órganos electorales del Estado de México: la Comisión Estatal Electoral y las Comisiones Distrital y Municipal Electorales.

En cada uno de éstos órganos participaron seis comisionados ciudadanos con sus respectivos suplentes. Sin embargo, la propuesta para presidente de la comisión estatal electoral, era hecha por el titular del ejecutivo y su designación por la legislatura local. Los ciudadanos que ocupaban los cargos en las comisiones distritales y municipales, eran designados por el presidente de la Comisión Estatal Electoral a través de su presidente.

La Comisión Estatal Electoral, era presidida por el Secretario General de Gobierno, con calidad de Presidente, un representante del Ejecutivo con la figura de Director General de Gobernación, el poder legislativo representado en forma directa por tres comisionados, los

ayuntamientos contaban con un representante común, y uno para cada partido político, seis comisionados ciudadanos designados por la legislatura local a propuesta del ejecutivo del estado, todos ellos con derecho a voz y voto; el titular de la Secretaría General de la Comisión Estatal Electoral y un notario público que fungía como Secretario de Actas, ambos con derecho a voz pero sin voto.

Por su parte las comisiones distritales y municipales tenían como sede las cabeceras respectivas y se integraban por cuatro comisionados con voz y voto designados por la Comisión Estatal Electoral, un representante de la Secretaría General de la misma Comisión Estatal, que fungía como secretario solo con derecho a voz, un delegado distrital o municipal del Registro Federal de Electores y un representante de cada partido político, ambos con derecho a voz y voto.

A pesar de la integración de los ciudadanos en los órganos electorales y su participación directa con los poderes públicos y los partidos políticos, el trabajo que realizaban no cumplía con las expectativas por su trabajo parcial y ausente de transparencia. La intromisión del titular del Ejecutivo en la designación de los cargos no cumplía con los principios rectores, ya que ejercía su control en cada uno de los órganos, a través de sus representantes que de ninguna manera se elegían por métodos democráticos o méritos personales.

Como consecuencia de lo anterior, y con el antecedente del gran fraude de 1988 que aunque se presentó en el ámbito federal (el electorado no fácilmente distingue una elección local y una federal), la ciudadanía mostraba apatía y desinterés por participar en cualquier actividad de índole política y eso se reflejó finalmente en el ejercicio de su derecho al voto.

Bajo esas circunstancias, fue urgente la necesidad de contar con un órgano independiente, que brindara la confianza necesaria e impulsara la apertura y expresión de los nuevos partidos políticos, los cuales en su momento manifestaron las fallas y la inequidad en los órganos electorales.

Así, el 2 de marzo de 1995, entró en vigor la reforma integral a la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, que en materia electoral, permitió la creación de un nuevo ordenamiento jurídico electoral denominado Código Electoral del Estado de México (CEEM), publicado en la Gaceta del Gobierno estatal el día 2 de marzo de 1996, abrogando así la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de México (LOPPEEM).

La Constitución Política local a través del Código Electoral, ambos fundamentos legales, crean al Instituto Electoral del Estado de México, como un organismo autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, como el responsable de organizar, desarrollar y vigilar que los procesos electorales se realizaran conforme a los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad.

El marco jurídico en el cual se sustenta la creación y funcionamiento del IEEM, se encuentra en el artículo 11 de la Constitución Política del Estado de México, en el Código Electoral del Estado, en el Código Penal Local y lo relativo a los ahora 126 Ayuntamientos, en la Ley Orgánica Municipal. Cabe señalar que en éste marco legal, se encuentran también los acuerdos tomados y emitidos por la máxima autoridad del IEEM, que es el Consejo General, con relación a las disposiciones administrativas, operativas y técnicas que se requieren para cumplir con los cometidos.

La integración del IEEM desde su inicio es mediante órganos concentrados y desconcentrados. Los primeros cuya sede es la ciudad de Toluca son: el Consejo General, la

Junta General y la Dirección General. Por su parte los órganos desconcentrados son aquellos que se encuentran en cada una de las cabeceras distritales y municipales que componen el estado (45 distritos y 126 ayuntamientos) denominados Consejos y Juntas Distritales y Municipales.

“El Consejo General del IEEM es el órgano superior de dirección, responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, de promover la cultura política democrática, así como de velar porque los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad guíen todas las actividades del Instituto”³⁶. En su composición concurre el Poder legislativo, los partidos políticos y los consejeros electorales que por su número, forma de designación y facultades, son la garantía de que en su actuación el Consejo General esté apegado a sus principios rectores.

El Consejo General se integró por un presidente con voz y voto, electo por la legislatura mediante el voto de las dos terceras partes de los miembros presentes, de una terna propuesta por el Gobernador del Estado. La representación del poder legislativo, se aumentó de tres (1993) a cuatro el número de diputados integrantes, dos a propuesta de la fracción mayoritaria y dos a la primera y segunda minoría. Con ello se pretendía fortalecer la presencia del poder legislativo y garantizar una mayor pluralidad con su voz y voto.

Se integró con seis consejeros electorales, electos por la legislatura del Estado con voz y voto y por un representante de cada uno de los partidos políticos. Así la representación de los partidos políticos en los órganos de dirección (Consejos General, Distrital y Municipal) se mantenía en términos paritarios, uno por cada partido político con registro, con voz pero sin derecho a voto, evitando así ser juez y parte en la toma de decisiones.

³⁶ Instituto Electoral del Estado de México, *Legislación Electoral del Estado de México*, 2000, pág 104

La importancia de las reformas hechas a la Constitución local, en 1995 y 1996 referente a la organización de las elecciones, para garantizar la pluralidad en los cargos de elección popular, fue sin duda alguna, la ciudadanización de los órganos electorales, la participación ciudadana que pueda garantizar la imparcialidad y objetividad en la conducción de los procesos electorales y dar así la credibilidad y confianza necesarias en la elección libre de sus representantes. En consecuencia fomentar en los ciudadanos la preocupación y participación por los asuntos del gobierno para que deriven en el bien común.

2.2.2 EL IEEM AHORA

Una forma de institucionalizar la participación ciudadana, fue la organización del proceso electoral de 1999, en el cual se renovó al titular del poder ejecutivo, el IEEM logró integrarse entonces por funcionarios y/o empleados debida y constantemente capacitados para actuar con alto profesionalismo en la delicada e importante tarea de atender las elecciones estatales y para ello se creó el Servicio Electoral Profesional, como programa de reclutamiento y selección de personal que captó el interés de ciudadanos de todos los municipios de la entidad.

Lo anterior, fue parte de las reformas hechas al Código Electoral, el dos de octubre de 1998 mediante el Decreto Número 65, aprobado por la LIII Legislatura del Estado, la cual señala al Consejo General como órgano superior de dirección del IEEM, quedando integrado por un Consejero Presidente, electo por la Legislatura del Estado entre las propuestas presentadas por las fracciones legislativas, seis Consejeros Electorales electos en sesión del pleno de la Legislatura de Estado de entre las propuestas presentadas por la misma todos con derecho a voz y voto, un representante con derecho a voz pero sin voto, de cada uno de los

partidos políticos, un Director y Secretario General electos por el Consejo General a propuesta del Consejero Presidente.

Con estas reformas hechas al Código Electoral del Estado de México, desaparece la figura de los Consejeros del poder legislativo que formaban parte del Consejo General en 1996, fortaleciendo la autonomía del IEEM sin dejar con ello, de ser un órgano representativo y plural. Actualmente y a través del decreto 125, del 9 de octubre de 1999, fecha de la última reforma hecha al CEEM, se decidió mantener dicha estructura.

Con lo anterior, el Código Electoral del Estado de México, atiende la disposición constitucional, privilegiando la participación ciudadana en la integración de los órganos electorales y las Mesas Directivas de casilla con la profesionalización de los integrantes de las Juntas Distritales y Municipales; depositando en manos de ciudadanos mexiquenses las decisiones relativas a la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales.

Para cumplir con dicha encomienda, el artículo 82 del Código Electoral señala que *“las actividades del Instituto se regirán por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad”*.³⁷

- ✓ **Certeza.-** se interpreta como la necesidad de que las acciones desempeñadas estén dotados de veracidad, certidumbre y apego a derecho. Que los resultados de sus actividades sean completamente verificables, fidedignos y confiables.
- ✓ **Legalidad.-** que en todo momento y bajo cualquier circunstancia, se ejerza escrupulosamente el mandato constitucional y las disposiciones legales que

³⁷ Idem.

reglamentan el ejercicio de las atribuciones y desempeño de las funciones encomendadas.

- ✓ **Independencia.**- el Código Electoral refiere a las garantías y atributos de que disponen los órganos y autoridades que conforman la institución para que su proceso de deliberación y toma de decisiones se den con absoluta libertad y respondan única y exclusivamente a la ley.
- ✓ **Imparcialidad.**- en el desarrollo de sus actividades, todos los integrantes del IEEM deben reconocer y velar permanentemente por el interés de la sociedad y por los valores fundamentales de la democracia, haciendo a un lado cualquier interés personal ó preferencia política.
- ✓ **Objetividad.**- significa reconocer la realidad tangible independientemente del punto de vista que tengamos de ella. La objetividad nos obliga a ver los hechos aún por encima de nuestra opinión personal.

A estos principios se agrega el de profesionalización, el cual, la Constitución del estado menciona cuando se refiere a que los órganos electorales deben integrarse con personal profesional en la materia.

El artículo 81 del Código Electoral establece los fines que debe cumplir en su ejercicio el Instituto Electoral:

- ✓ **Contribuir al desarrollo de la vida democrática.**- se refiere a que el Instituto debe generar una capacidad creativa, aportando nuevos elementos que amplíen los espacios y las modalidades, que estimule la educación en y para la democracia.
- ✓ **Contribuir al fortalecimiento del régimen de partidos políticos.**- se refiere al reconocimiento de los partidos políticos como canales de expresión de la sociedad, que

dan coherencia al pensamiento de los más diversos sectores sociales y lo concretan en líneas de acción política. De ahí que se busque fortalecer el régimen de partidos políticos, como una de las formas de configuración de la democracia moderna, que demanda una amplia pluralidad.

- ✓ **Garantizar a los ciudadanos el ejercicio de los derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones.**- el IEEM debe garantizar a todos los ciudadanos del Estado de México, el ejercicio de sus derechos político electorales, proporcionando los elementos necesarios que motiven una mayor participación ciudadana, en todos los ámbitos de nuestra vida democrática, y con ello propiciar el cumplimiento de sus obligaciones político-electorales.
- ✓ **Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes del Poder Legislativo, del titular del Poder Ejecutivo y los integrantes de los ayuntamientos.**- el IEEM es el órgano responsable de la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales en la entidad, por lo que debe garantizar la celebración periódica de elecciones, sujetándose a los tiempos y mecanismos que la propia normatividad establece. Asimismo, vigilará que todos los actores políticos participantes se conduzcan en un marco de respeto, tolerancia, diálogo y concertación, logrando con ello elecciones confiables, transparentes y pacíficas.
- ✓ **Velar por la autenticidad y efectividad del sufragio.**- es obligación del IEEM observar cuidadosamente cómo, cuando, dónde y quién emite el voto, sin dejar dudas sobre su naturaleza, forma y ejecución. Teniendo en cuenta el principio de "UN CIUDADANO UN VOTO". La efectividad del sufragio presupone la cuantificación exacta e irrestricto respeto al sentido en el que se emitió, contabilidad cabal de todos y cada uno de los votos y asignación clara del voto al destinatario que el elector haya seleccionado, es decir, autenticidad y efectividad del sufragio.
- ✓ **Coadyuvar en la promoción y difusión de la cultura político democrática.**- el IEEM debe participar activamente en la importante tarea de contribuir en la promoción de la

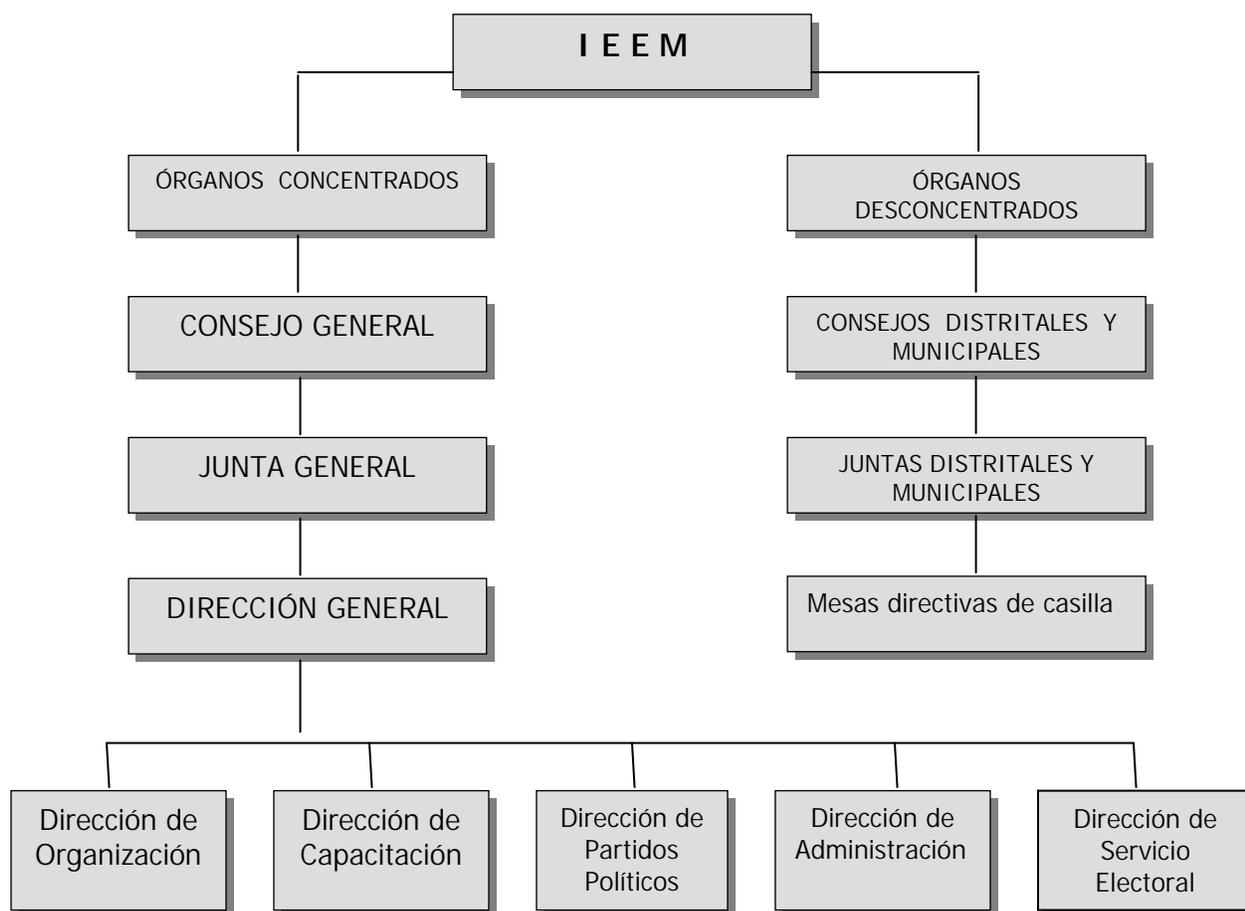
cultura política democrática, coadyuvando para que los ciudadanos del Estado estén conscientes de su participación en los procesos electorales, y del derecho irrenunciable de participar en las decisiones estatales. Y una de las formas más directas e inmediatas es la participación electoral para elegir a los representantes populares.

Debe contribuir al fortalecimiento y conocimiento de los valores democráticos en todos los sectores de la sociedad, como son los de: igualdad, participación, iniciativa, confianza, solidaridad, tolerancia, respeto y diálogo.

Asimismo, debe difundir que el voto no es patrimonio de elites ni de minorías privilegiadas, sino de todo el pueblo sin exclusión de ningún sector social.

2.2.3 SU INTEGRACIÓN

Una de las tareas importantes es que los ciudadanos mexiquenses conozcan el funcionamiento del IEEM, para fomentar su participación como funcionarios electorales y como fuente de veracidad en las actividades que implican la organización de un proceso electoral. El IEEM se encuentra estructurado de la siguiente manera:



El Consejo General del Instituto es el órgano superior de dirección, responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral. El artículo 95 del Código Electoral establece las atribuciones del Consejo General y se dividen en tres: las normativas, las ejecutivas y las de vigilancia.

Por su parte, la Junta General tiene a su cargo las funciones organizativas y técnicas asociadas a la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales. Es presidida por el Consejero Presidente, por el Secretario General en calidad de Secretario de Acuerdos, de la Dirección General en calidad de Dirección Ejecutiva y las Direcciones de Organización, Capacitación, Partidos Políticos, Administración y del Servicio Electoral Profesional. Además

de las Unidades de Asesoría Jurídica y Consultiva, de Información y Estadística y el Centro de Información Electoral (artículo 98 CEEM).

La Dirección General, integrante de la Junta General es la responsable de ejecutar todos los acuerdos y decisiones tomados por el Consejo General como por la misma Junta, además debe coordinar la administración y supervisará el desarrollo adecuado de las actividades de los órganos ejecutivos y técnicos del Instituto (artículo 100 del CEEM).

Al frente de cada una de las Direcciones, hay un director que es nombrado por el Consejo General a propuesta del Director General y son los responsables del buen funcionamiento de cada una de las áreas ejecutivas del IEEM.

- ✓ **Dirección de Organización.**- tiene a su cargo la integración y funcionamiento de las juntas distritales y municipales, la elaboración de los documentos electorales así como de su impresión y distribución, la recopilación de los documentos relacionados con el proceso electoral de los órganos desconcentrados, la integración de los expedientes de cómputo y elaborar la estadística de las elecciones.
- ✓ **Dirección de Capacitación.**- es de su competencia la elaboración de programas de educación cívica, capacitación electoral, difusión de la cultura política democrática, diseñar el material didáctico y los instructivos electorales, orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales, exhortar a los ciudadanos para inscribirse en el Registro Federal de Electores.
- ✓ **Dirección de Partidos Políticos.**- son sus atribuciones, conocer las notificaciones formuladas por organizaciones que pretendan constituirse como partidos políticos locales, recibir sus solicitudes de registro e integrar el expediente respectivo, inscribirse en el libro de registro de partidos, así como los convenios de coaliciones y fusiones, suministrar a los partidos políticos nacionales o locales con registro, el financiamiento

público a que tienen derecho, hacer los trámites necesarios para hacer efectivas las prerrogativas de los partidos políticos, llevar el libro de registro de los integrantes en los órganos directivos, así como los representantes acreditados ante los consejos distritales y municipales y llevar el libro de registro de los candidatos a los puestos de elección popular.

- ✓ **Dirección de Administración.**- tiene a su cargo la aplicación de las políticas, normas y procedimientos para la administración de los recursos financieros y materiales del Instituto, organizar y dirigir los recursos materiales y financieros, prestar los servicios generales, formular el anteproyecto anual de presupuesto, establecer y operar los sistemas administrativos para el ejercicio y control del presupuesto y elaborar el proyecto de manual de organización y catálogo de cargos y puestos.
- ✓ **Dirección del Servicio Electoral Profesional.**- de acuerdo a las reformas hechas al CEEM, esta dirección iniciará su trabajo después de los procesos electorales del año 2000, por ello tiene bajo su responsabilidad la elaboración del proyecto del Estatuto del Servicio Electoral Profesional, de cumplir y hacer cumplir las normas y procedimientos del mismo, llevar a cabo los programas de reclutamiento, capacitación, evaluación y selección de los aspirantes, proponer a la Junta General los aspirantes a ocupar las vocalías de las Juntas Distritales y Municipales.

Los órganos desconcentrados, son aquellas estructuras del IEEM que para su funcionamiento, se encuentran en todo el territorio del estado, cuyo objeto es la organización de la elección, en el ámbito correspondiente, distrital o municipal.

El primero se refiere a las porciones geográficas que para fines estadísticos y electorales se conocen como distritos, pueden contener a varios municipios o ser parte de uno de ellos, el parámetro que los determina es la cantidad de población, la cual se pretende sea equivalente entre ellos. El Estado de México cuenta con 45 distritos, cada uno de ellos organiza una

elección de la cual resulta un diputado que lo represente en el Congreso del Estado, para ello funcionan los Consejos y las Juntas distritales.

El Estado de México se divide en 126 municipios, cada uno es sujeto de una elección, en la cual se renueva a los integrantes de los ayuntamientos cada tres años y para cumplir con ése propósito funcionan los Consejos y Juntas municipales.

Al igual que el Consejo General, cada Consejo Distrital y Municipal, representa la máxima autoridad electoral de su ámbito, se integra por dos Consejeros que son el Vocal Ejecutivo y el Vocal de Organización de la Junta correspondiente, los cuales fungen como presidente y secretario respectivamente; el primero con derecho a voz y voto y el segundo sólo con derecho a voz, seis consejeros electorales con derecho a voz y voto y un representante de cada uno de los partidos políticos con registro, previamente acreditados ante el mismo Consejo, con derecho a voz y sin voto.

Las Juntas Distritales y Municipales son las estructuras que se encargan de la ejecución de las actividades para la organización, desarrollo y funcionamiento del proceso electoral y son encabezadas e integradas por un Vocal Ejecutivo, un Vocal de Organización y un Vocal de Capacitación.

Finalmente, *“las mesas directivas de casilla son los órganos electorales integrados por ciudadanos facultados para recibir la votación, realizar el escrutinio y cómputo del sufragio en cada una de las casillas, ubicadas en las distintas secciones de los distritos electorales y los municipios del estado”*.³⁸ (Artículo 127)

³⁸ Idem, pág. 130.

El día de la jornada electoral el primer trabajo que es todo un reto es la integración e instalación de las mesas directivas de casilla, para lo cual se requiere de la participación voluntaria de una gran cantidad de ciudadanos, que designados al azar y previamente capacitados, de acuerdo a su escolaridad ocupan los cargos de presidente, secretario, primer y segundo escrutador de casilla.

Otro ámbito de participación ciudadana voluntaria es aceptar de los partidos políticos ser sus representantes en las mesas directivas de casilla, también otra forma de participar es el desempeño como observadores electorales, los cuales no interfieren o participan directamente en las actividades propias de la jornada electoral, se limitan a observar e informar a la asociación que representan o a la misma ciudadanía, los hechos ocurridos u observados durante el día.

De esta forma se manifiesta el avance que representa la creación de este órgano: la participación ciudadana que se fomenta en cada una de sus actividades, principalmente la de integrar las estructuras electorales, lo cual ha generado confianza en la ciudadanía.

El reto cotidiano de su personal es darle continuidad a éste proyecto, no es suficiente su creación, sino el mantenimiento para incrementar la confianza de los mexiquenses, a través del trabajo basado en los cinco principios certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad.

El trabajo del IEEM, porque a largo plazo es muy importante, no es coadyuvar en la promoción y difusión de la cultura político-democrática en los procesos electorales sino afianzar de manera permanente, ser protagonista en la formación de ciudadanos mexiquenses, elaborar programas que se ejecuten y desarrollen en todas las escuelas, porque es con los niños y a través de la educación formal que podemos formar individuos interesados en la vida del

país, del estado, de su comunidad haciéndolos partícipes de ella. Fomentar el deber que tienen con el estado, no por las obligaciones que deban cumplir, sino por el valor que tiene la expresión y manifestación de sus ideas.

Se destaca que el 71.9% de la población en el Estado de México es menor de 34 años, por lo tanto jóvenes y niños que además de conocer los valores de la participación y la democracia, la ejerzan en cada ámbito de su vida: hogar, escuela, trabajo, etc. Y no dar marcha atrás.

2.3 ORGANIZACIÓN Y RESULTADOS DE LA ELECCIÓN MUNICIPAL

El proceso electoral es el conjunto de actos ordenados por la Constitución Federal, la Constitución Política local y el Código Electoral del Estado de México, realizados por las autoridades electorales, los partidos políticos y los ciudadanos, que tiene por objeto la renovación periódica de los integrantes del poder legislativo, del titular del poder ejecutivo y de los miembros de los ayuntamientos del Estado.

El proceso ordinario electoral para la elección de diputados y ayuntamientos inició en el mes de enero del 2000 y concluyó con los cómputos y declaraciones realizadas por los consejos del IEEM, y/o las resoluciones que, en su caso, haya pronunciado el Tribunal Electoral Estatal o Federal.

El 19 de enero del año 2000, la Consejera Presidenta del Consejo General Lic. María Luisa Farrera Paniagua declaró formalmente instalados los trabajos del Consejo y dio inicio con el acto, al Proceso Electoral del año 2000, en el cual se renovarían a los integrantes de los

(en ese entonces) 122 municipios así como del poder legislativo. Las etapas en las que se divide la organización del proceso electoral fueron:

- ✓ Preparación de la elección.
- ✓ Jornada electoral
- ✓ Resultados y declaración de validez de las elecciones de diputados y ayuntamientos.

Es muy importante señalar que el proceso electoral del año 2000 fue concurrente, es decir en la misma fecha se llevó a cabo la elección federal: presidente de la república, senadores y diputados por su parte la elección local fue para: integrantes de los ayuntamientos y diputados locales, fue la primera y única ocasión que el IEEM llevó a cabo una elección de manera conjunta con el IFE.

Sin embargo el resultado del evento no se evaluó de forma positiva y no precisamente por la organización conjunta del evento, sino por los resultados políticos que resultaron: la influencia y el arrastre que tuvo Vicente Fox y su partido no solo en su elección sino también a nivel local obteniendo el triunfo en varios municipios importantes para el PRI como Ecatepec y sumando escaños en la cámara local.

En virtud de lo anterior se reformó el CEEM cambiando la fecha de la elección de diputados y ayuntamientos para el primer domingo del mes de marzo, por lo tanto y de acuerdo a lo establecido por el artículo 92 de dicho ordenamiento quedan las fechas de la siguiente manera: *“Para la preparación del proceso para elegir Gobernador del Estado, el Consejo General se reunirá la primer semana del mes de enero del año en que se celebre la elección. Para el caso de diputados y miembros de los ayuntamientos el Consejo General celebrará sesión para dar inicio al proceso electoral dentro de la primer semana del mes de*

septiembre del año anterior al de la elección." ³⁹ Cabe señalar que la etapa de preparación termina el día de la jornada electoral.

De acuerdo a lo establecido por el CEEM, el Instituto debe contar con los órganos desconcentrados, consejos y juntas distritales y municipales, que tendrán su sede en la cabecera de cada uno de ellos. Para ello, se aplicó el Programa de Integración del Servicio Electoral Profesional, expidiendo una convocatoria en la cual se invitó a todos los ciudadanos con estudios profesionales a participar. Una vez realizado el proceso de reclutamiento, capacitación y selección del personal, se designó a sus integrantes y el 5 de febrero se les tomó la protesta de ley correspondiente a los 501 vocales distritales y municipales.

Por su parte, para la selección de los consejeros electorales la Junta General del IEEM, a través de convocatorias, propuestas y sugerencias hechas por los integrantes del Consejo General a Asociaciones de Profesionistas, Instituciones Académicas así como de ciudadanos en general para que presentaran su solicitud al personal del Instituto, mismo que recabó los documentos probatorios de los ciudadanos que reunieran los requisitos legales y perfiles necesarios para su integración en los consejos distritales y municipales.

El caso particular correspondiente al distrito electoral local 39 con cabecera en Otumba, oficina en la cual se llevaron a cabo las actividades preparatorias al proceso electoral, se expidió convocatoria para el reclutamiento de aspirantes a ocupar el cargo de consejeros electorales municipales y distritales.

Los requisitos solicitados de acuerdo al artículo 88 del CEEM son:

³⁹ Instituto Electoral del Estado de México, Código Electoral del Estado de México, 2000, pág. 106.

- ✓ Ser ciudadanos en ejercicio de sus derechos políticos y civiles,
- ✓ Estar inscrito en el Registro Federal de Electores y contar con credencial para votar
- ✓ Tener por lo menos 25 años de edad
- ✓ Gozar de buena reputación y no haber sido condenado por delito alguno.
- ✓ Tener residencia efectiva en cada uno de los municipios integrantes del distrito electoral.
- ✓ No desempeñar ni haber desempeñado el cargo de Presidente del Comité ejecutivo nacional, estatal, municipal de algún partido político
- ✓ No tener ni haber tenido cargo alguno de elección ni haber sido postulado como candidato en los últimos cinco años.
- ✓ No ser ministro de algún culto religioso.

A pesar de ser requisitos accesibles, la demanda ciudadana fue escasa: la difusión así como la invitación personal en las escuelas a profesores no despertó la participación, los ciudadanos interesados fueron pocos más bien, acudieron aquellos invitados o convocados por los partidos políticos. La ausencia de participación ciudadana y su desinformación finalmente desemboca en la falta de credibilidad, sin embargo como testigo de la preparación y desarrollo de un proceso electoral, es evidente que el interés fue casi nulo.

Una vez recibidas las propuestas y sugerencias, integrantes del Consejo General elaboró duplas de candidatos y someterlas a consideración para su revisión y análisis; procediendo éste mismo a su designación. El siguiente cuadro presenta la cantidad de aspirantes a funcionarios y consejeros electorales presentados y aceptados.

CUADRO 14
TOTAL DE FUNCIONARIOS Y CONSEJEROS ELECTORALES
DESIGNADOS POR EL IEEM, PROCESO ELECTORAL 2000.

VOCALES Y CONSEJEROS	PROPUESTOS	DESIGNADOS
Vocales Distritales	405	135
Vocales Municipales	1,098	366
Consejeros Distritales	1,080	540
Consejeros Municipales	2,928	1,464
TOTAL	5,511	2,505

FUENTE Revista del IEEM, Apuntes Electorales No.1, 2000

Resultado de esto, fue la designación que tuve al cargo de Vocal Ejecutiva y Presidenta del Consejo Municipal de San Martín de las Pirámides, responsable de la realización del proceso electoral para la elección del ayuntamiento, designada para ello a partir del 5 de febrero del año 2000. La junta municipal se integró también por:

- ✓ Vocal de organización y Secretario del consejo municipal.
- ✓ Vocal de capacitación.
- ✓ Auxiliar de junta.
- ✓ Capturista.
- ✓ Coordinador de logística.
- ✓ Secretaria.
- ✓ Capacitadores electorales (cuatro).

La legislación electoral indica que la máxima autoridad electoral en su respectivo ámbito son los Consejos General, Distrital y Municipal, de los cuales su integración ya fue

referida con anterioridad y cuyos integrantes fueron designados en la misma fecha que la junta municipal.

Como lo establece el Código Electoral del Estado de México, el 10 de febrero se llevó a cabo la instalación del Consejo Municipal, en la cual les fue tomada la protesta de ley correspondiente a cada uno de los integrantes del mismo, los representantes de partido que asistieron al acto fueron del Partido Acción Nacional y del Partido Revolucionario Institucional.

Por su parte, los partidos políticos que acreditaron en tiempo y forma a sus representantes ante el consejo municipal fueron:

CUADRO 15
REPRESENTACIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS
EN EL CONSEJO MUNICIPAL

PARTIDO	REPRESENTANTES
Partido Acción Nacional	Propietario/ Suplente
Partido Revolucionario Institucional	Propietario/Suplente
Partido de la Revolución Democrática	Propietario/Suplente
Partido del Trabajo	Propietario
Partido Verde Ecologista	Propietario
Convergencia por la Democracia	Propietario/Suplente
Partido de Centro Democrático	Propietario/Suplente
Partido de la Sociedad Nacionalista	Propietario/Suplente
Partido Auténtico de la Rev. Mexicana	Propietario/Suplente
Partido Alianza Social	Propietario
Partido Democracia Social	Propietario/Suplente

FUENTE: Elaboración propia.

A pesar de que se acreditaron los once partidos participantes en la elección federal, se generaron grandes expectativas que en realidad no se cumplieron; los representantes que

asistieron y trabajaron de manera constante en las actividades del consejo municipal fueron las tres principales fuerzas políticas, además de las representantes del Partido de Centro Democrático, el cual concluyó como la cuarta fuerza política en el municipio.

Por lo que respecta a los demás partidos, se constató que las dirigencias estatales solo tomaron nombres de ciudadanos al azar para cumplir con el requisito y presentarlos como sus representantes careciendo del consentimiento o peor aún eran apócrifas, y por lo tanto nunca se presentaron a las sesiones. Esto es una prueba contundente de la deficiencia en la organización de los partidos políticos, tanto los viejos como los de recién creación.

Para el desempeño de sus funciones el consejo municipal celebró once sesiones en las cuales se informó a los integrantes los avances en las actividades de capacitación y organización del proceso electoral, asimismo se tomaron diez acuerdos, según lo podemos apreciar en el Cuadro No. 16:

CUADRO 16
SESIONES DEL CONSEJO MUNICIPAL
SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES, 2000

NO.	TIPO	FECHA	ACUERDO
1	Instalación	10 de febrero	Ninguno
2	Ordinaria	17 de marzo	Ninguno
3	Ordinaria	28 de abril	Integración de la comisión de propaganda electoral.
4	Ordinaria	6 de mayo	Ninguno
5	Extraordinaria	12 de mayo	Instalación de las mesas directivas de casilla en los lugares propuestos
6	Ordinaria	8 de junio	Dejar sin representación a los representantes de los partidos de la Sociedad Nacionalista, Alianza Social y Democracia Social por acumular tres faltas consecutivas sin justificación.
7	Extraordinaria	17 de junio	Se aprobó al personal de apoyo para la jornada electoral y no instalar una ventana en la bodega de resguardo a petición del P.A.N.
8	Extraordinaria	30 de junio	Se aprobó operativo para la recepción y traslado de paquetes electorales y que el cómputo de las boletas de la sección 4120 se realizará en la 4111.
9	Permanente	2 de julio	Ninguno
10	Ininterrumpida	5 de julio	Dejar sin representación al Partido del Trabajo por acumular tres faltas consecutivas
11	Extraordinaria	20 de julio	Designación de dos regidores de representación proporcional para el PRI y dos para el PRD.

FUENTE: Elaboración propia.

La organización de este proceso electoral fue de gran importancia para los mexiquenses, pues por primera vez en la historia se realizó de manera concurrente con el proceso electoral federal. El Consejo General en su primer sesión firmó el Acuerdo no. 1 titulado "Convenio con el Instituto Federal Electoral para el año 2000" en el cual se establecieron los lineamientos de colaboración y acción con motivo de los procesos electorales federal y local del 2 de julio. Entre los que se destaca que para la organización del proceso electoral cada una de las instituciones lo hará de manera independiente, con sus propios recursos y personal, sin embargo en actividades específicas como la instalación de las mesas directivas de casilla, habrá un trabajo conjunto.

De acuerdo al convenio señalado, la junta municipal llevo a cabo diversas reuniones con los vocales del quinto distrito electoral federal, con el propósito de trabajar paralelamente en la organización de las actividades del proceso electoral como la ubicación de casillas y la elaboración de diagramas de flujo para la organización de la votación en las mesas directivas de casilla, entre otras.

Cabe señalar que a cada una de estas actividades fueron invitados los integrantes del consejo municipal, mismos que con su participación sustentaron y validaron los acuerdos tomados en ellas, y en el seno de las sesiones del propio consejo municipal.

La actividad con la que inicia el trabajo operativo para la organización de una elección, es verificar la cantidad de ciudadanos inscritos en el padrón electoral y la lista nominal de electores, los cuales se solicitan previamente al Registro Federal de Electores (RFE), instancia encargada de su elaboración y control.

Por ello, en cumplimiento al acuerdo antes señalado y al Anexo Técnico No.1 del convenio de apoyo y colaboración con el Instituto Federal Electoral, el Registro Federal de Electores hizo entrega al IEEM de las Listas Nominales ordenadas alfabéticamente por distrito local, municipio y sección para su exhibición en los órganos desconcentrados en el periodo del 26 de marzo al 14 de abril, con el objeto de que los ciudadanos acudieran a verificar estar inscritos y que sus datos sean correctos, de no ser así solicitar un formato para su rectificación.

Para este propósito, con anterioridad el RFE lleva a cabo una actualización y depuración en el padrón electoral y la lista nominal a partir de los movimientos generados en cada uno de los módulos del IFE; con relación a la credencial para votar con fotografía como son la inscripción, la corrección de datos, el cambio de domicilio y la reposición de la misma, dentro de la fecha establecida para ello.

A través de una campaña de comunicación efectiva, y a su difusión a través de los medios masivos los módulos del IFE son sumamente concurridos por los ciudadanos, debido a su necesidad de contar con una identificación en el periodo establecido, ya que durante el proceso electoral el trámite se suspende. Desgraciadamente, el valor del documento no cumple con su propósito ya que se reduce a ser solo una identificación necesaria para la realización de cualquier trámite administrativo, y no el de un instrumento indispensable para ejercer su derecho al voto.

Las posibilidades de promoción y difusión de esta actividad entre los ciudadanos del municipio es muy diferente, ya que inicialmente el IEEM difunde sus actividades, a través del canal local de televisión propiedad del gobierno (canal 34), ya que no cuenta con los recursos económicos para la contratación de los servicios de la iniciativa privada.

Sin embargo, como órgano electoral la junta municipal tiene el deber de promover y difundir sus actividades, en este caso la exhibición de la lista nominal y para ello llevó a cabo las siguientes actividades:

- ✓ Colocación de mantas en el exterior de la junta municipal y en la plaza cívica del municipio.
- ✓ Colocación de carteles con las frases "Checa tus datos" y "Aquí se exhibe la lista nominal" en los lugares de mayor afluencia, así como en las diversas comunidades del municipio.
- ✓ La distribución de dípticos en las escuelas en donde se impartieron las pláticas informativas correspondientes al Programa de Educación Cívica, así como en los lugares de mayor afluencia.

- ✓ Se informó e invitó a los representantes de los partidos políticos para que convocaran a sus militantes y familiares.

Paradójicamente, la difusión de la campaña en la localidad en comparación con la del IFE es mínima la consulta que se tuvo en la junta municipal de manera directa fue de 37 ciudadanos, los cuales buscaron a su vez a 63 personas, obteniendo un total de 100 consultas, por lo tanto, la afluencia es mínima, desde ese momento se percibe la apatía, desinterés o desconocimiento de la ciudadanía por la actividad electoral.

El padrón electoral correspondiente al municipio fue de 10,939 ciudadanos registrados en el último corte hecho al día 2 de junio, un mes antes de la jornada electoral. Por su parte la lista nominal de electores definitiva que se utilizó en la jornada electoral fue de 10,769 ciudadanos que representaron el 98.39% del padrón electoral (como se aprecia en el Cuadro 17).

CUADRO 17
LISTA NOMINAL Y PADRÓN ELECTORAL
MUNICIPIO DE SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES

SECCIÓN	PADRÓN ELECTORAL	LISTA NOMINAL	COBERTURA
4106	1,173	1,158	98.72
4107	1,302	1,279	98.23
4108	1,283	1,266	98.67
4109	1,471	1,452	98.71
4110	1,652	1,617	97.88
4111	139	131	94.24
4112	229	225	98.25
4113	629	624	99.21
4114	481	477	99.17
4115	338	331	97.93
4116	411	396	96.35
4117	100	100	100.0
4118	874	860	98.40
4119	850	846	98.83
4120	7	7	100.0

FUENTE: Elaboración propia.

Esta actividad es propia de la junta municipal como órgano encargado de ejecutar, realizar o llevar a cabo de acuerdo a las decisiones tomadas por la autoridad electoral: el consejo municipal. Sin embargo, hubo por parte del mismo un trabajo cotidiano, una de las actividades más importantes y polémicas es la instalación de la Comisión de Propaganda Electoral, la cual se integró por un presidente, un secretario técnico y dos vocales, cargos que ocupan tres consejeros electorales y por la secretaria del consejo municipal con el carácter de secretario técnico.

Esta comisión se crea con el fin de atender y solucionar los problemas derivados del uso de la propaganda electoral entre los partidos políticos contendientes, no cuenta con la

facultad de sancionar a los partidos políticos que incurren en algún acto ilícito, sino ser solamente un órgano de atención y resolución local. En el caso de que la controversia presentada, cuente con los elementos necesarios para proceder legalmente, la comisión funciona como órgano gestor, remitiendo la información al Consejo General para su atención. Esta experiencia enriquece el ejercicio de participación ciudadana, en el marco de controversias por ser una actividad en la que impera la tolerancia y una gran dosis de convivencia humana.

El artículo 147 fracción III señala que los partidos políticos participantes debieron registrar ante el consejo municipal las planillas de candidatos participantes en el proceso electoral dentro del plazo comprendido del 16 al 30 de abril, registraron su respectiva planilla nueve de los once partidos políticos acreditados ante el consejo municipal .

En cumplimiento al artículo antes señalado el 25 de abril los representantes propietario y suplente así como integrantes de la planilla del Partido Acción Nacional se presentaron al inmueble del Consejo Municipal para solicitar a la Presidenta del mismo, el registro de la planilla correspondiente a su partido. Los partidos restantes hicieron lo propio de forma supletoria ante el Consejo General del Instituto.

Los artículos 174 y 178 fracciones I y II del CEEM, establece que los partidos políticos con registro ante el Consejo Municipal deben acreditar en tiempo y forma a sus representantes ante mesas directivas de casilla y generales para el día de la jornada electoral. Para el caso que nos ocupa, la representación de los partidos políticos se llevó a cabo en el Consejo Municipal como se presenta en el Cuadro No. 18.

CUADRO 18
REPRESENTACIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Partido	Fecha	Representantes de casilla	Representantes Generales
P.A.N.	20 de Junio	88	8
P.R.I.	18 de Junio	88	8
P.R.D.	20 de Junio	43	4
P.C.D.	20 de Junio	4	0
P.A.R.M.	20 de Junio	22	0

FUENTE: Elaboración propia.

Hay que reiterar que el efecto de las campañas del IFE incidió sustancialmente para el IEEM, ya que el ciudadano aún no diferencia el trabajo correspondiente, afortunadamente la población tuvo claro el día que se llevaría a cabo la elección, pero desafortunadamente al presentarse a la casilla electoral manifestó su desconcierto por encontrar dos mesas directivas de casilla y optó por formarse en la fila de la casilla del IFE, lo cual demuestra el reposicionamiento que el IEEM debe tener de su imagen frente a la del IFE.

Este proceso electoral para las instituciones fue una gran prueba de la disposición que se logró en la organización, sin embargo aun es insuficiente el trabajo del IEEM por consolidar su imagen, es necesario que la Unidad de Comunicación Social en el proyecto de difusión del proceso electoral y de cada una de las actividades que lo soportan.

CAPÍTULO 3

FORMA O CONTENIDO

¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN RESPONSABLES DEL ABSTENCIONISMO?

“Una sociedad democrática es necesariamente una comunidad informada”

Juan Molinar Horcasitas

3.1 COMUNICACIÓN POLÍTICA, ¿FORMA O CONTENIDO?

Para lograr el objetivo de este trabajo se abordará el concepto de comunicación política, y para ello se definirán los dos conceptos independientes (comunicación y política) como marco para la comprensión de este capítulo y del trabajo.

La comunicación es el proceso social que involucra a cuando menos dos personas que manejando un código en común (lenguaje) intercambian significados, conceptos, emociones, etc. El primero en analizar el proceso de comunicación fue Aristóteles, en la antigüedad clásica y propuso el siguiente modelo:



Desde entonces el estudio de la comunicación ha progresado, fundamentalmente después del auge de las tecnologías de transmisión de la información al grado en que se ha convertido en una ciencia social independiente de otras disciplinas.

El origen de la palabra comunicación proviene del latín *comunicare*, que significa dar a conocer. Por ello la comunicación es una actividad que distingue propiamente al ser humano, al igual que el raciocinio de la especie animal.

En el proceso de comunicación hay un aspecto fundamental que debe tomarse en consideración para definirlo: establecer la diferencia entre la comunicación y la información. Se entiende por información: *“un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada. De modo que le sirvan como guía de su acción”* ⁴⁰

Muchos procesos sociales se entienden como información, es decir, aunque involucran la subjetividad del individuo no es indispensable. Información es lo que procesa una computadora, sin embargo no es este fenómeno el que define a una sociedad y a un hombre como ser social, sino la comunicación entendida como: *“el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado...”* ⁴¹

La principal diferencia entre comunicación e información estriba en la interacción, la información más allá de ser solamente un cúmulo de datos, no implica ningún tipo de interacción que finalmente es la respuesta que tiene quien recibe el mensaje y que hace a este proceso dinámico y muy complejo.

⁴⁰ Paoli, José, La comunicación, editorial Trillas, México, 1999, p.21.

⁴¹ Ibid, p. 15.

"...ésta interacción, cuando es social, entraña por definición el intercambio y transmisión de significados... La interacción entraña el intercambio complejo de estos mensajes simbólicos que se entrelazan, chocan y experimentan una reformulación..." ⁴²

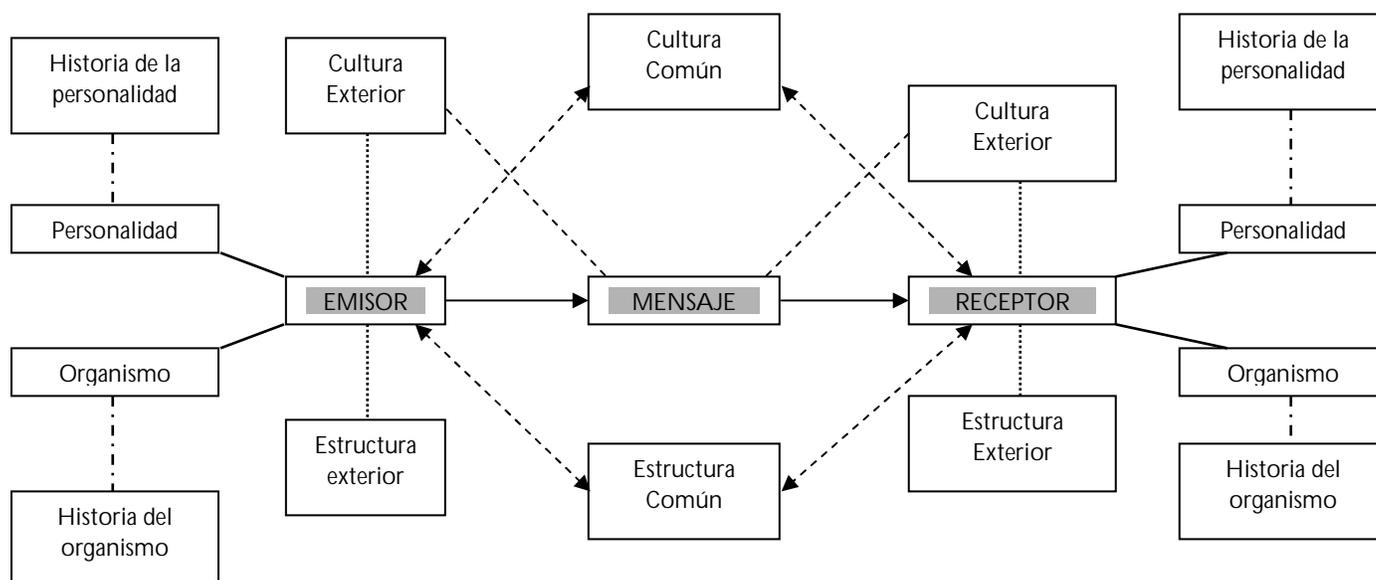
La comunicación interactiva utiliza medios múltiples, mensajes entrecruzados, lenguajes parcialmente claros y una transmisión simultánea casi permanente. Ahí se encuentra la auténtica complejidad del proceso de comunicación. A los términos establecidos en el modelo de Aristóteles, anteriormente señalado, se les denomina: emisor, mensaje y receptor. Actualmente se agrega al esquema el término de **medio** que no es más que el vehículo que conduce la información a los destinatarios, objeto de investigación de este trabajo.

El mensaje emitido no procede de la nada por lo tanto: *"Es de esperar la existencia de todo tipo de factores que inciden sobre lo que dice, cuándo lo dice y cómo..."* ⁴³ se deben de considerar entonces las actitudes o creencias del emisor, en su contexto económico, social, cultural, familiar, en sus opiniones y deseos; los cuales ejercen alguna influencia sobre su comunicación por lo tanto: el emisor no existe en un vacío social, forma parte de una estructura social que comparte, en cierta medida con el receptor. Si se incluyen estos elementos sociales en el esquema propuesto por Aristóteles el esquema se modificará.

Así se presenta el siguiente modelo:

⁴² Tudor Andrew, Cine y Comunicación social, Gustavo Gili, Barcelona, 1994, pág. 22,

⁴³ Ibid, pág. 23.



Con el propósito de continuar con la definición del concepto de comunicación política hay que precisar el concepto de política el cual se etimológicamente viene del griego polis que significa ciudad (Estado que se constituía como vínculo de la organización social en la antigua Grecia).

La política se refiere al "*estudio sistemático del gobierno en su sentido más amplio. Sus análisis abarcan el origen y tipología de los regímenes políticos, sus estructuras, funciones e instituciones, las formas en que los gobiernos identifican y resuelven problemas socioeconómicos y las interacciones entre grupos e individuos decisivos en el establecimiento, mantenimiento y cambio de los gobiernos. Como práctica la política retoma este conocimiento con un objetivo: el ejercicio, conservación y expansión del poder.*" ⁴⁴

El siglo pasado ha sido muy importante pues se han realizado varios estudios psicosociales sobre los efectos de los medios de comunicación de masas en la opinión

⁴⁴ Webber Max, *El político y el Científico*, Era, México, 1989.

pública así McQuail propuso una sistematización que clasifica la investigación social en tres etapas:

- ✓ La primera ubicada desde principios del siglo veinte hasta los años treinta que denomina como "**modelo hipodérmico**" de la comunicación el cual considera que los medios ejercen un impacto todopoderoso sobre una opinión pública que no puede sustraerse a su influjo.
- ✓ La segunda ubicada entre 1940 y principios de los sesenta que significó importantes adelantos en la investigación empírica, fue el antecedente que Klapper utilizó para fundamentar su tesis de los "**efectos mínimos**" de la comunicación los medios ejercen una pobre o casi nula incidencia sobre los comportamientos políticos y la opinión pública y que en el mejor de los casos, se limitan a reforzar las actitudes y posiciones políticas previas de cada individuo".
- ✓ La tercera etapa que se inicia a principios de los sesenta y continúa vigente, recobra la idea de la potente influencia que ejerce la comunicación de los mass media sobre la opinión pública, pero ahora el análisis se centra en la posibilidad de que **existen ciertas influencias más complejas**, que modifican las formas de pensar y concebir el mundo sociopolítico que elaboran los individuos, sin que ellos ni siquiera se percaten de dicha influencia.

Los medios de comunicación son capaces de generar efectos sutiles que ejercen una influencia decisiva sobre la opinión pública. *"En cuestiones políticas y estrechamente vinculadas con las campañas electorales (por ejemplo contribuyendo a la construcción de imágenes de candidatos y de partidos, a la introducción de ciertos temas y cuestiones en los debates para definir la intención del voto, o a la creación de un determinado clima político..."* ⁴⁵

⁴⁵ Lang, G; Lang K., Politics and Television, Sage, USA, 1984.

Esta idea otorga un papel central a los medios de comunicación en lo que se refiere a la definición de los problemas y las ideas políticas por parte de la opinión pública. Su poder para definir los temas acerca de los cuales una sociedad "debe" pensar y debatir en cada momento, atrayendo la atención sobre ciertas cuestiones mientras otras son dejadas de lado, ocultadas o distorsionadas y brindando los estándares y parámetros a partir de los cuales distintos acontecimientos "deben" ser comprendidos, explicados y analizados.

"...la estructura y el contenido de las... noticias tiene un efecto considerable sobre las cuestiones políticas que los individuos consideran como importantes y sobre la complejidad con que estos individuos razonan políticamente acerca de esas cuestiones..."⁴⁶

La comunicación es un eslabón fundamental de la cadena que relaciona las decisiones individuales con la actividad política. Las conexiones que los individuos son capaces de establecer entre sus problemas o experiencias políticas personales y el contexto político general, dependen de numerosas variables de entre las cuales los medios de comunicación juegan un papel decisivo.

La comunicación política puede definirse como: *" el tipo particular de mensajes y de informaciones que circulan dentro del sistema político y que son indispensables para su funcionamiento ya que condicionan toda su actividad, desde la formación de las demandas hasta los procesos de conversión y las respuestas del mismo sistema"* ⁴⁷

⁴⁶ Milburn, M., Persuasion and Politics. The Social Psychology of Public Opinion, Brooks Ed., Belmont, 1991

⁴⁷ Panebianco, A. Comunicación política en: Bobbio, Mateucci, Diccionario de política, Madrid, Siglo XXI, 1982.

Para Moragas, la comunicación política tiene distintas facetas y niveles en su utilidad:

1. Sistema de comunicación como instrumento no propagandístico, sino organizativo de la actividad política y administrativa.
2. Utilización política de la industria cultural, es decir, uso y fines políticos de la cultura de masas.
3. Comunicación masiva y su papel en orden de mantener una conducta adecuada al 'statu quo' político y económico.
4. Recursos comunicativos como sistema de oposición al poder establecido (contrainformación, comunicación de resistencia, comunicación alternativa).
5. Procesos concretos de persuasión política (referéndum, elecciones, campañas de sensibilización).

La calidad de los medios de comunicación por el tipo de mensajes transmitidos y la frecuencia de los mismos son determinantes para la formación de las actitudes de la opinión pública. Para MacLuhan lo importante no es el contenido del mensaje sino la manera en que éste es transmitido. En sentido más amplio, significa que el modo de transmisión de una cultura influye sobre esta cultura y la caracteriza, implica que los medios de comunicación lejos de ser perfectamente neutrales, determinan las formas de pensar, de actuar y de sentir de la sociedad.

"La comunicación es creadora de un espacio político, a la vez que la política se convierte en productora de símbolos y signos legitimadores. La cultura cívica da más competencia política a los individuos. En ese sentido, la cultura política es la pauta generadora de la posibilidad de comprensión del cúmulo de símbolos y signos políticos producidos. La cultura política permite entender estos símbolos, hablar en el lenguaje específico y poder

intervenir en la creación, producción y difusión de signos. El nivel educativo permite una mayor capacidad de comprensión del lenguaje comunicativo de la política y captar los estímulos provenientes de la red de comunicación política” ⁴⁸

La política es productora de símbolos y de lenguas básicamente legitimadores, sin olvidar que el papel esencial y fundamental que caracteriza a la política es su papel coercitivo, lo represente o no simbólicamente. En los regímenes democráticos, la comunicación tiende a ser continua entre la elite y la opinión pública. Los mensajes parten de la elite a las masas con el objeto de solicitar el apoyo y por ende la legitimación, como de las masas a la elite aunque con mayor dificultad. Esta relación entre elites, grupos gobernantes y masa es esencial en la comunicación política:

“ Todos los aparatos humanos y tecnológicos controlados por los líderes se emplean para obtener el máximo de apoyo popular y la máxima eficiencia. El esfuerzo es continuo, coherente y eficaz. Naturalmente hay otros flujos importantes: verticalmente bajo la forma de informaciones y críticas moderadas y horizontalmente, entre la elite y los centros de decisión en la forma típica de todos los sistemas burocráticos complejos. Pero el flujo dominante es el descendente”. ⁴⁹

Lazarsfeld-Merton y Mapper sugieren que el monopolio inconsciente con el que en las democracias favorecen a ciertos valores culturales constituyen en sí mismos procedimientos persuasivos muy eficaces. En este sentido se afirma que:

⁴⁸ Colomé, Gabriel. Política y medios de comunicación, una aproximación teórica, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 1994.

⁴⁹ Panebianco, op cit.

*"... Los medios de comunicación modernos han venido a añadir a las antiguas complejidades al menos una doble y nueva problemática: todo utilizador de los medios de comunicación es en nuestros días un emisor privilegiado, y todo mensaje difundido por los medios de comunicación tiene – se quiera o no- un efecto de propaganda. El riesgo de realizar, aunque sea de manera involuntaria, la manipulación o la persuasión oculta es inherente a toda utilización contemporánea de la comunicación mediatizada (no respondiendo, por lo tanto, a la "reciprocidad simultánea" del diálogo interpersonal)".*⁵⁰

3.2 LOS HÁBITOS INFORMATIVOS

*"La política contemporánea resultaría totalmente incomprensible sin un adecuado análisis del papel de los medios de comunicación masiva, y muy especialmente, de la radio y la televisión, ciertamente los medios no son la política, pero hoy en día no hay política eficaz que no pase por los medios."*⁵¹

La importancia que han adquirido los medios de comunicación masiva en los procesos electorales es determinante, hace algunos años solo cumplían con la función informativa de cobertura en las campañas electorales y su difusión en los noticieros, los programas de debate o entrevistas eran acordes con el papel de los medios como espacio de entretenimiento. Actualmente la cobertura informativa ha pasado a segundo plano, ahora las campañas electorales se elaboran en los propios medios, a través de estrategias de mercado, para la venta de un producto.

⁵⁰ Colomé, op cit.

⁵¹ Juan Molinar Horcasitas, Los medios de comunicación, campañas y precampañas, Apuntes electorales No.1, IEEM, 2000, pág 39.

El ausente y casi nulo modelo de medios de comunicación de servicio público (propiedad del gobierno) ha sido sustituido por los privados cuya práctica informativa se rige por la demanda del mercado y se orienta por el objetivo de producir ganancias rápidas a costa de lo que sea.

El desarrollo tecnológico que los medios de comunicación ha tenido, es impresionante, Giovanni Sartori manifiesta al respecto *"todo progreso tecnológico, en el momento de su aparición, ha sido temido e incluso rechazado... Cualquier innovación molesta porque cambia los órdenes constituidos"*, sin embargo como el mismo lo explica; *"el rechazo, el temor y la obsesión no ha sido hacia los instrumentos innovadores, sino hacia su contenido"* ⁵² .

En este sentido la existencia de la radio y la televisión en las campañas electorales han establecido e impuesto a los políticos los modos, técnicas y las limitaciones que implica el uso de los mismos. Los políticos de la actualidad han tenido que cambiar el discurso por el spot. Y sustentan el trabajo de su campaña política al marketing que a la ideología.

Consecuencia de ello es la calidad de la comunicación política, que empobrece la información que se presenta al electorado *"la extensión de los mensajes se ha reducido drásticamente y cada vez son más raros los discursos largos y conceptuosos que parecían formar parte consustancial de la política... La reducción en la extensión de los mensajes puede privarnos, quizá, de algunos conceptos ideológicos de gran valía."* ⁵³

⁵² Giovanni Sartori, *Homo videns*, Taurus, México, 2001.

⁵³ Juan Molinar Horcasitas, *Los medios de comunicación, campañas y precampañas*, Apuntes electorales No.1, IEEM, 2000, pág 39.

El problema que ha representado la consolidación de los mass media no estriba en que sea el primer poder político, en la comercialización de los candidatos o de los procesos electorales, va más allá del papel del individuo en sociedad, no como receptor, sino como transmisor de ideas.

Para Sartori hemos dejado de ser un homo "sapiens" (producto de la cultura escrita) para transformarnos en un homo "videns" para el cual las cosas representadas en imagen cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras. Esto es un cambio radical de dirección, porque mientras que la capacidad simbólica distancia al homo sapiens del animal, el hecho de ver, lo acerca a sus capacidades ancestrales al género al que pertenece la especie del homo "sapiens". Prepondera lo visible sobre lo inteligible lo cual según Sartori nos lleva a un **ver sin entender**.

El trabajo informativo de los medios no se ha cumplido porque además de informar poco se informa mal, en ocasiones para beneficiar a la clase política ó económica. El hecho de proporcionar noticias no incluye las nociones básicas que se debe tener para entenderlas. Podemos estar informados de acontecimientos pero no del saber. Padecemos la subinformación, desinformación, informar es comunicar un contenido, decir algo.

Este problema se ha acentuado por el desarrollo comercial de la radio y televisión mexicanas y a la escasa penetración que la prensa escrita ha tenido en el grueso de la población, en nuestro país el promedio de lectura de un libro por individuo al año es de uno mientras que en países como Argentina y Cuba es de 19.

En 1997 se publicaron alrededor de 881 títulos: 300 periódicos y el resto lo componían revistas, boletines, historietas, fotonovelas y otras. En 1999 el total de ejemplares fue de 735 millones. Los periódicos representan el mayor porcentaje en las publicaciones

periódicas con un 55%, seguido las revistas y boletines con 30%. Sin embargo, en nuestro país se adquieren 113 ejemplares de periódico por cada mil habitantes es decir el .1% mientras que en Hong Kong el consumo es de 719 por cada mil personas.

En el cuadro que se presenta enseguida, queda claro que en la demanda que hay de la prensa escrita, el diario con mayor demanda es uno dedicado a los deportes: el Esto.

CUADRO 19
TIRAJE DIARIO DE PERIÓDICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO, 2000

PERIÓDICO	TIRAJE
Esto	350,000
La Prensa	270,000
Excélsior	200,000
El Universal	170,356
El Financiero	135,000
Ovaciones	130,000
Reforma	126,000
La Jornada	106,471
Ovaciones 2ª edición	100,000
La Afición	85,000
Diario de México	76,000
El Sol de México	55,000
Metro	55,000
México Hoy	50,000
Milenio	42,000

FUENTE: Almanaque Mexicano 2001 pág. 221

Sin lugar a dudas, es un buen parámetro para considerar el lugar que tiene la cultura política en nuestro país, el medio informativo con menor penetración es la prensa y que el periódico con más consumidores es el de temas deportivos. Esto tiene que ver, con la educación actual producto de la tecnología, en donde se le ha dado prioridad a los sentidos

audiovisuales, eliminando aquellos relacionados con la lectura y la cultura escrita.

El televisor además de ser un instrumento monovalente, es decir, que solo recibe imágenes, con un espectador pasivo, al cual se le ofrece productos no dirigidos al individuo, sino a la masa, a un público numeroso, cumple con la función de entretener, relajar, divertir y así se continúa con la formación de los adultos a través de la “desinformación” y su incidencia en los procesos políticos.

El papel de la televisión en los procesos electorales es determinante, por un lado en la venta, selección y presentación de los candidatos y por otro lado como estrategia o modo de plantear la batalla en las campañas electorales y como consecuencia de ello la deformación de la opinión pública.

Sartori define el término de opinión pública al conjunto de opiniones que se encuentran en el o los público(s), denomina sobre todo opiniones generalizadas del público y tienen que ver con la res pública, la cosa pública, es decir los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos.

Entonces, la opinión pública que genera la televisión emana, proviene según Sartori de *“la autoridad que es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen. No importa que la imagen pueda engañar más que las palabras. Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y por tanto la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve”*.⁵⁴ Los cuadros que a continuación se presentan, refuerzan la idea del consumo televisivo dentro y fuera de nuestro país, así como de la opinión teledirigida.

⁵⁴ Giovanni Sartori, *Homo videns*, Taurus, México, 2001.

CUADRO 20 LOS MEXICANOS Y LA TELEVISIÓN

Tiempo que el televisor permanece encendido	7 horas al día
Horas promedio que la ve un mexicano	4 horas al día
Hogares con 2 televisores	7 millones
Hogares con televisión por cable	4 millones
Niños que hacen tarea y ven televisión	9 millones

FUENTE: Almanaque Mexicano 2001 pág. 219

CUADRO 21 TELEVISORES EN PAÍSES SELECCIONADOS

Televisores por cada 1000 habitantes

Estados Unidos	806
Japón	700
Francia	598
Noruega	569
España	509
Rusia	386
Argentina	345
Brasil	289
México	266
Costa Rica	221
Colombia	185

FUENTE: Almanaque Mexicano 2001 pág. 219

En la última década la lucha de las organizaciones, grupos y partidos políticos por democratizar al país, batalla que ya ha sido ganada, propició la atracción e interés de los medios de comunicación hacia la política y las elecciones por la vía del mercado.

Precisamente en tiempos electorales, el uso de los mass media es absoluto, son el medio mas eficaz y eficiente para el desarrollo de las campañas electorales, *“cada vez más las batallas políticas o sociales se ganan o se pierden en los medios de comunicación colectivos y no en otras áreas de contiendas sociales”*⁵⁵.

Pero son las instituciones electorales las que se han encargado de establecer las normas y procedimientos para el uso de los medios de comunicación en los procesos electorales.

3.3 LOS MASS MEDIA EN LOS PROCESOS ELECTORALES

3.3.1 EL ÁRBITRO

El Consejo General del IEEM, en su sesión ordinaria del día 7 de mayo de 1999, aprobó el Acuerdo No. 42 “Política de Comunicación Social para el Instituto Electoral del Estado de México” y de esta forma dar cumplimiento al artículo 81 del CEEM que establece los fines del IEEM, destacando en su numeral IV *“Que la misión de la Política de Comunicación del IEEM debe empeñarse en lograr:*

A) Una imagen del Instituto que corresponda a su realidad como institución confiable en la organización de los procesos electorales;

B) Alentar la participación de los ciudadanos en el proceso electoral, a través de la emisión de su voto; la participación en los Consejos Electorales y como funcionarios en las casillas; y la observación ciudadana del proceso electoral; y,

C) Convencer a la ciudadanía de la importancia de su participación en la vida política estatal.”

⁵⁵ Ibidem.

Es estos dos últimos incisos, los cuales determinan la importancia de la participación ciudadana, sin embargo, su definición me parece ser muy magra para el convencimiento de los ciudadanos y no es que su participación no merezca la importancia que tiene, sino por que su participación no solo tiene que ver con el ámbito estatal, y político sino con todos los ámbitos de su vida. Por que la educación cívica y la participación ciudadana no deben ser actividades exclusivamente para los procesos electorales, sino que debe ser parte importante en nuestra educación y formación académica.

Esta "Política de Comunicación", fue propuesta por la Comisión de Radiodifusión del Consejo General, para la aprobación del mismo, habrá que indagar cuales serán los mecanismos que darán cumplimiento al inciso C.

El numeral III del documento antes señalado, contiene los objetivos generales. El numero 3 propone: "*Alentar la participación ciudadana, hasta eliminar al máximo posible el abstencionismo electoral*"⁵⁶. En el numeral IV que señala los objetivos particulares expone que: "*Para alentar la participación ciudadana, hasta eliminar al máximo posible el abstencionismo electoral;*"

1.- Informar a la ciudadanía de la importancia de la elección democrática de sus gobernantes;

2.-Convencer a la ciudadanía de participar en la elección de sus gobernantes.

Al respecto, se implementaron programas y/o campañas para cumplir con dichos objetivos. En su numeral VI número 2 se determina una: Campaña de educación cívica para:

⁵⁶ Gobierno del Estado de México, *Gaceta del Gobierno*, Mayo 1999. pág. 61.

- a) Lograr que los ciudadanos conozcan con precisión los derechos y deberes de la ciudadanía en materia electoral;
- b) Eliminar al máximo posible el abstencionismo electoral;
- c) Informar a la ciudadanía de la importancia de la elección democrática de sus gobernantes;
- d) Informar a la ciudadanía de la importancia de la participación en la organización de la elección democrática de sus gobernantes.

Para conocer y dar voz al IEEM se obtuvo una entrevista con el Licenciado Miguel Ángel Juárez Franco, periodista de profesión y convicción, Consejero Electoral del Consejo General del IEEM, a saber:

MERO; ¿En qué consiste el Plan de medios que el IEEM utiliza para llevar a cabo su difusión?

MAJF: *Es un conjunto de objetivos y estrategias que se determinan por parte del Consejo General para la comunicación institucional de los procesos electorales; se estructura en dos o tres vertientes distintas que tienen que ver con mensajes enfocados a: buscar la participación de la sociedad en los procesos electorales, a difundir las actividades del Instituto y la jornada electoral, mensajes enfocados hacia la adquisición de bienes y servicios por parte del Instituto.*

El plan de medios se estructura para poder tener un orden estratégico en la difusión, establece qué política se va a seguir de difusión por ejemplo: determinar el tipo de mensajes que se van a emitir, dónde, determinar la población objetiva a la que se va a dirigir ese mensaje y determinar también los tiempos de emisión de los mensajes; todo eso abarca el plan de medios.

MERO: Uno de los objetivos particulares del Plan de medios es **eliminar al máximo posible el abstencionismo electoral** entonces, ¿Cree que los mensajes que emiten cumplen con las expectativas para lograr dicho objetivo?.

MAJF: *La estructura de los mensajes esta enfocada específicamente a públicos objetivos: nuestros llamados a votar estaban diseñados para jóvenes que tuvieran dieciocho años ó más, no hacíamos para gente menor a dieciocho años entonces, no estamos fomentando la cultura cívica tan importante para derrotar al abstencionismo, desde mi punto de vista ahí es donde radica la verdadera problemática: no hay cultura cívica, el público objetivo tenía su propio mensaje en la etapa precisa por ejemplo: "Ciudadano acude a capacitarte para integrar las mesas directivas de Casilla" en ese momento nosotros teníamos un ayuno de todos los demás mensajes, no emitíamos mensajes de propaganda sobre la fecha de la elección, no emitíamos mensajes de los principios del Instituto en ese momento; nuestro mensaje estaba enfocado a llamar a los ciudadanos a participar en la capacitación.*

MERO: Es evidente entonces, que la información que difunden en un proceso electoral, es muy limitada, específica y técnica; no se difunde la información de los partidos políticos y de sus plataformas electorales, es decir sólo se informa el quehacer del Instituto ¿y el de los partidos políticos?

MAJF: *Definitivamente es muy importante la difusión de las plataformas de los partidos porque finalmente es la base que dan a los ciudadanos para que vayan a votar, nada más que esto es muy complicado porque una plataforma no se puede reducir en dos o tres frases, en estos casos lo que hizo el Instituto fue elaborar unos mensajes para pedirle a la población que se acercaran a los partidos políticos para que conocieran sus plataformas para que tuvieran un voto informado, que conocieran las propuestas de los partidos, sus plataformas electorales.*

El Instituto gastaba parte de los recursos de difusión en sacar síntesis de las plataformas, integrarlas de manera conjunta y difundirla masivamente de forma escrita con la dificultad, que en muchas zonas estos temas no son de mucho interés o bien por más atractivo que se presentaron los documentos, en la mayor parte de los casos resultaba un desinterés de la población. El Instituto sí está obligado por ley a difundir las plataformas y por otra parte está obligado desde mi punto de vista de manera ética, es un factor de confianza; pero definitivamente yo creo que los que deben gastar en la difusión de las plataformas son los partidos políticos, es la base de sus proyecciones porque finalmente los que están en busca del voto son los partidos políticos, no el Instituto Electoral a favor un partido político. El Instituto tiene que hacer esa difusión de mensajes a efecto de enterar a la población, de quiénes contienden ó quién participa, qué están haciendo; su función no es de convencer de sus plataformas y como éstas son la base hipotéticamente hablando de proyección partidista, entonces, son los partidos los obligados. Creo que es allá a donde se tiene que enfocar, yo diría que los Institutos Electorales no debían de gastar tanto en hacer ésta difusión.

La información que emite la institución electoral se limita a su quehacer, es decir, al de las actividades que lleva a cabo para la organización del proceso electoral, las acciones para cumplir con los objetivos del Plan de Medios se reducen a la información general, básica, elemental y no a la información de fondo referente a los contendientes y sus programas de trabajo y el motivo para que un ciudadano acuda a la urna va más allá de esa información elemental entonces, se ha delegado el quehacer informativo a los partidos políticos y la información que aportan ellos es parcial y tendenciosa, fuera de cualquier objetividad, información que a mi juicio el IEEM también debe retomar y aportar.

Es cierto que el IEEM carece de los recursos económicos para hacer uso de los mass media, a diferencia de los partidos políticos. Se agrega También el problema de ser un estado geográficamente dividido y los medios de comunicación estatal no cuentan con la cobertura

necesaria. Por su parte los medios nacionales, con sus tarifas incosteables para la institución restringen su uso a la autoridad electoral a cambio de la propaganda política y electoral generada por los partidos políticos o los líderes de opinión, cuyo objetivo es desacreditar a los contendientes.

Por lo antes expuesto, se concluye que el IEEM no propone una acción específica para prevenir y abatir los índices de abstención de los ciudadanos a pesar de contar con el área de comunicación, la cual debe implementar, la construcción de un lazo comunicativo entre la sociedad y la institución en aras de conocer las deficiencias o demandas informativas; de los mexiquenses, (OJO, sean o no ciudadanos) cuantitativa y cualitativamente. Para empezar, durante los procesos electorales y una vez que estos concluyan, con el diseño de una campaña permanente de educación cívica y participación ciudadana la cual también está señalada por la ley como otro de los fines a cumplir por la institución. Enseguida se analizará el papel de los partidos políticos en relación con los medios de comunicación.

3.3.2 LAS PARTES

En un proceso electoral, los partidos políticos están sujetos a cumplir con las disposiciones legales: federal y local pero sobre todo con lo dispuesto en el Código Electoral del Estado de México, que es el ordenamiento legal específico de la materia; el cual establece que son prerrogativas de los partidos políticos gozar de un financiamiento público, así como del acceso equitativo a los medios de comunicación propiedad del Estado siempre y cuando hayan cubierto el 1.5 de la votación efectiva en el estado en el proceso electoral inmediato anterior. Estos beneficios son el punto de inicio de la actividad de los partidos políticos en los procesos electorales.

El 21 de diciembre de 1999 el Pleno de la LIII Legislatura local, emitió el Decreto No. 137 de acuerdo con el dictamen de sus comisiones de Finanzas Públicas, Planeación y Gasto Público, en el cual se aprueba el Presupuesto de Egresos del Gobierno del Estado de México, correspondiente al ejercicio fiscal del año 2000.

En el artículo 13 del mencionado decreto, se determina el presupuesto que los organismos electorales ejercerían para los procesos electorales del año 2000 en los siguientes términos. Los recursos previstos para los organismos electorales en el ejercicio fiscal del año 2000 ascienden a la cantidad de \$ 978,674,000.00 y se distribuyeron de la siguiente forma:

CUADRO 22
PRESUPUESTO EJERCICIO 2000

INSTITUCIÓN	CANTIDAD
Instituto Electoral del Estado de México	\$ 945,430,700.00
Junta Local Ejecutiva en el Edo. de Méx. del IFE	\$14,243,300.00
Tribunal Electoral del Estado de México	\$ 19,000,000.00

FUENTE: Gaceta del Gobierno del Estado de México.

Los recursos asignados para el IEEM, incluyen un monto de \$333, 286, 430.00 de prerrogativas para el financiamiento público de los partidos políticos y de acceso a los medios de comunicación. Por su parte, el financiamiento público destinado a los partidos políticos contempla dos fases: la primera para el ejercicio de sus actividades ordinarias y la segunda para el gasto de sus actividades de campaña en los procesos electorales.

El artículo 58 del CEEM establece los lineamientos para otorgar el financiamiento *“El financiamiento ordinario se fijará anualmente conforme los siguientes criterios: la cantidad*

base para asignar el financiamiento público, será el que resulte de multiplicar el 40% del salario mínimo vigente en la capital del estado, por el número total de ciudadanos inscritos en el padrón electoral de la entidad, con corte al 31 de diciembre del año anterior al que deba realizarse el cálculo correspondiente.

La forma de asignar y distribuir la cantidad resultante será la siguiente:

- a) El 15% de la cantidad resultante se distribuirá de manera paritaria entre los partidos políticos.*
- b) El restante 85% se distribuirá en forma proporcional directa de la votación válida efectiva de cada partido político en la última elección de diputados locales del Estado”⁵⁷*

En el primer punto del Acuerdo No. 3 del Consejo General, se aprobó el financiamiento público ordinario para el sostenimiento de actividades permanentes de los once partidos políticos acreditados ante dicho órgano, por la cantidad de \$110,504,540.43 (ciento diez millones quinientos cuatro mil quinientos cuarenta pesos 43/100). Para el ejercicio correspondiente al año 2000 el financiamiento quedó de la siguiente forma:

⁵⁷ Instituto Electoral del Estado de México, *Legislación Electoral*, 2000.

CUADRO 23
PARTIDOS QUE ALCANZARON EL 1.5% DE LA VOTACIÓN VÁLIDA

Partido	Distribución Paritaria 15%	Votación válida efectiva	Proporción directa VVE	Distribución proporcional 85%	Monto total
PAN	2,959,943.05	834,899	0.3151109	26,426,794.42	29,386,737.47
PRI	2,959,943.05	1,030,557	0.3889570	32,619,895.31	35,579,838.36
PRD	2,959,943.05	597,430	0.2254844	18,910,263.15	21,870,206.19
PT	2,959,943.05	67,783	0.0255829	2,145,513.90	5,105,456.94
PVEM	2,959,943.05	118,871	0.0448648	3,762,586.23	6,722,529.28
SUMA	14,799,715.24	2,649,540	1.0000000	83,865,053.00	98,664,768.24

FUENTE; Memoria Proceso Electoral 2000, IEEM.

Por otro lado, los partidos Convergencia por la Democracia, de Centro Democrático, de la Sociedad Nacionalista, Auténtico de la Revolución Mexicana, Alianza Social y Democracia Social al haber obtenido el registro como Partidos Políticos Nacionales por el Instituto Federal Electoral, con fecha posterior a la última elección, conforme a lo dispuesto por el citado artículo 58, tuvieron derecho al financiamiento público de acuerdo con lo siguiente: se otorgó a cada nuevo partido político el 2% del monto total que por financiamiento público le correspondió en conjunto al PAN, PRI, PRD, PT y PVEM, resultando por este concepto la cantidad de 1,973,295.36(un millón novecientos setenta y tres mil doscientos noventa y cinco pesos 36/100), según se aprecia en el cuadro No. 24.

CUADRO 24
FINANCIAMIENTO A NUEVOS PARTIDOS POLÍTICOS
ART. 58 FRACC. III CEEM

Partido	Distribución paritaria	Votación válida efectiva	Proporción directa de V.V.E	Distribución proporcional	Monto total
CD	1,973,295.36	---	---	---	1,973,295.36
PCD	1,973,295.36	---	---	---	1,973,295.36
PSN	1,973,295.36	---	---	---	1,973,295.36
PARM	1,973,295.36	---	---	---	1,973,295.36
PAS	1,973,295.36	---	---	---	1,973,295.36
DS	1,973,295.36	---	---	---	1,973,295.36
SUMA	11,839,772.19				11,839,772.19
TOTAL	26,639,487.43	2,649,540.00	1.0000000	83,865,053.00	110,504,540.43

FUENTE: Memoria Proceso Electoral 2000, IEEM.

Respecto del financiamiento público destinado a la obtención del voto, que establece la letra B numeral II del citado artículo 58 del CEEM, será el equivalente al doble del monto del financiamiento que corresponda a cada partido político por actividades ordinarias, durante el año del proceso. El monto fue entregado a las Direcciones estatales de los partidos políticos en 4 exhibiciones: una de 40% en la fecha de registro de candidatos y las tres restantes de 20% cada una durante el plazo que el calendario electoral determinó.

CUADRO 25
FINANCIAMIENTO PÚBLICO PARA LA
OBTENCIÓN DEL VOTO AÑO 2000

Partido	Actividades ordinarias	Actividades para la obtención del voto
PAN	29,386,737.47	58,773,474.93
PRI	35,579,838.36	71,159,676.72
PRD	21,870,206.19	43,740,412.39
PT	5,105,456.94	10,210,913.89
PVEM	6,722,529.28	13,445,058.55
NUEVOS	PARTIDOS	POLÍTICOS
CD	1,973,295.36	1,973,295.36
PCD	1,973,295.36	1,973,295.36
PSN	1,973,295.36	1,973,295.36
PARM	1,973,295.36	1,973,295.36
PAS	1,973,295.36	1,973,295.36
DS	1,973,295.36	1,973,295.36
TOTAL	110,504,540.43	209,169,308.67

FUENTE: Memoria Proceso Electoral 2000, IEEM.

El financiamiento público para la obtención del voto en las campañas electorales de los once partidos políticos participantes en los Procesos electorales del año 2000, fue aprobado por el Consejo general en el segundo punto de su Acuerdo No. 3.

La segunda de las prerrogativas a las cuales tienen acceso los partidos políticos es el acceso a la radio y televisión propiedad del Estado que refiere el Código Electoral del Estado de México. En cumplimiento al artículo 63 fracción I, se programaron 374 espacios en radio y televisión para los partidos políticos de 5 y 10 minutos de duración, durante los meses de enero, febrero, marzo y abril de los cuales se aprovecharon 251 espacios es decir, el 67%.

Durante mayo y junio los programas de los partidos políticos se modificaron a 15 minutos de duración, para cumplir con lo señalado en la fracción II del mismo artículo,

programándose 178 espacios, mismos que fueron aprovechados en su totalidad.

Globalmente de enero a junio los partidos entregaron a la Dirección de Partidos Políticos del Instituto Electoral del Estado de México un total de 57 programas para su transmisión en el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense. Esta Dirección ofreció a los partidos políticos la posibilidad de producir sus programas con el objeto de propiciar el aprovechamiento de la prerrogativa. Para ello se crearon lineamientos que se dieron a conocer en el seno de la Comisión de Radiodifusión y Propaganda, los partidos interesados cumplieron en su momento y como resultado de esta iniciativa, entre enero y junio el Departamento de Acceso a Medios logró producir 23 programas, lo que equivale al 40% de los programas de 5, 10 y 15 minutos transmitidos por el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense.

En total de enero a junio, los partidos dispusieron de 552 espacios en el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense, entre programas de 5, 10 y 15 minutos, de los cuales se aprovecharon 429, lo que significa el 77.71%.

El multicitado artículo 63 de la ley de la materia señala en su fracción V que el Instituto organizará dos programas mensuales de 30 minutos en donde participarán igualitariamente los partidos políticos. Para los procesos electorales del año 2000, se organizaron 7 programas.

Los partidos políticos cuentan con prerrogativas, dentro de éstas, un tiempo designado para la transmisión de sus mensajes a través de los medios de comunicación propiedad del estado y una cantidad de recursos del erario público para sus campañas electorales.

MERO: ¿Es importante el tiempo utilizado en los medios propiedad del estado para las

campañas electorales, cumplen éstos con su función?

MAJF: Yo creo que eso es un avance paulatino para los partidos políticos a partir de la reforma constitucional de 1996 a nivel federal y de las reformas en 1998 local se les otorgan prerrogativas y se dice, bueno los partidos van a gozar de prerrogativas en dinero y tiempo en medios de comunicación, a nivel federal podríamos decir más o menos les fue bien a los partidos por qué, porque tuvieron acceso a la televisión nacional que estaba vetada para los partidos excepto para uno. Les convino la forma en la que se les otorgaron los tiempos para que pudieran difundir sus plataformas, de algo a nada era mejor algo, no fue suficiente desde mi punto de vista, aunque finalmente vía la televisión nacional nos enteramos de la existencia de los partidos políticos nacionales.

En el Estado de México se otorgan también esas prerrogativas y se dice: los partidos van a gozar de dinero y van a gozar de tiempo en los medios propiedad del Estado. Concretamente ésta es una televisión que apenas tiene un crecimiento real en el año 2002, porque el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense en esa fecha (se refiere al año 2000) prácticamente no existía, era mínima su presencia, existía en el valle de Toluca que representa al 30% de la población total y no ocupaba ni siquiera el 5 o 6 % de la audiencia; entonces los partidos sí tienen esos espacios y no sirven, primero porque el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense no tiene tanta influencia y segundo porque no tiene una proyección hacia el resto del estado que es nuestra dificultad geográfica, es una realidad tremenda: los partidos políticos del Estado de México tienen que contratar a nivel nacional porque en los medios locales y bueno ni siquiera el canal 4, con corte de señal es un medio eficaz, ésa es la dificultad, si un partido político quiere influir en la zona del Valle Cuautitlán- Texcoco vía la televisión tiene que pagar a precios de cobertura nacional .Hasta finales del 2001 y principios de 2002 el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense empieza a hacer la transmisión de su señal hacia ésta zona del valle Cuautitlán- Texcoco, sin embargo, es muy poca influencia, es

muy poca la gente que conoce el canal 34 en esta zona, porque no llega a pesar de la repetidora que hay por Amecameca entonces, con ese juego de medios es con lo que los partidos políticos cuentan y no es redituable.

A los partidos políticos no les interesan esas prerrogativas de los medios locales, se les dio pero no sirve de nada, el único partido que aprovecho de manera eficaz y eficiente la prerrogativa fue el PRI digo de manera eficaz entendiendo por eficaz el hecho de utilizar el tiempo que el estado le otorgaba porque ningún otro partido lo hizo; a mí me tocó presidir la Comisión de Radiodifusión y el representante del PAN me decía: "A nosotros no nos interesa el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense porque no tiene influencia además el difundir ahí causa un poco de desprestigio"

En las distintas etapas de desarrollo del Sistema, los partidos políticos no lo usaron por varias razones: no les interesaba, consideraban que su imagen se deterioraba y la más importante es el costo de producción de los mensajes era mucho mayor que lo que les podía redituar. En la Comisión de Radiodifusión desde que se instaló en 1999 hasta 2003 cada sesión hacíamos llamados permanentes a los partidos a utilizar los espacios que les otorgaba el estado, a que no los perdieran porque no los usaban.

El problema es que en los partidos políticos no producen entonces, el Sistema de Televisión repite los mismos programas que le han proporcionado y no tienen variedad no hay a quien le interese, sin embargo ahora creo que hay una pequeña variación, se hicieron esfuerzos para modificar la presentación de los partidos políticos hacia la sociedad pero esto no deviene de los partidos, deviene del Instituto entonces más o menos ese es el esquema. El PRI utiliza el 100% de los espacios pero fuera de él, si un partido político llega a utilizar o a utilizado el 60 por ciento del espacio es mucho, desde 1999 hasta 2003 se ha ocupado alrededor del 30 por ciento.

En virtud de que el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense no cuenta con la cobertura necesaria para lograr una penetración eficaz de los mensajes, además de que por las características geográficas del Estado de México los partidos políticos optan por contratar tiempo en los medios de comunicación nacionales entonces;

MERO: ¿Qué porcentaje de sus prerrogativas gastan en difundir sus mensajes, en difundir sus plataformas electorales?

***MAJF:** Bueno los montos son atroces, los medios de comunicación resultaron ser los grandes ganadores de los procesos electorales, son los grandes ganadores económicamente, los grandes ganadores ideológicamente y tienen una influencia determinante; los partidos políticos llegan a gastar hasta el 80% de sus prerrogativas solo en el uso de los medios de comunicación, es una cifra bastante alta no en balde los esfuerzos que se están haciendo por distintas personas para legislar y que los tiempos de televisión que ocupen los partidos políticos sean otorgados definitivamente por el Estado porque finalmente las concesiones de radio y televisión son propiedad del estado, son propiedad de la nación, las radiodifusoras y televisoras han hecho un gran negocio de la difusión y los partidos se han visto obligados necesariamente a contratar a los medios masivos, no tienen otra alternativa si quieren llegar a la población, porque hay un efecto mediático a mi punto de vista perfectamente estudiado y bien medido respecto al efecto que tienen los medios masivos en los electores: quien no se ve y no se escucha en la radio o en la televisión parece que no existe, entonces los actores políticos están obligados a meterse a los medios y eso les cuesta.*

Esto ha traído una problemática ahora, porque antes todavía el auge no era en términos de medios tan elevado por la contratación que hacían los partidos, era un sólo partido dentro del sistema que existía y podía tener acceso a la televisión cuando quisiera, como quisiera. En cambio cuando se abre la competencia a partir de 1996 que los partidos tienen recursos para contratar sus espacios en televisión entonces hay un boom en los

medios, por eso yo fijo un antes y un después para mí ese antes es en 1997 federal y 1999 local y ocurre que los partidos no pueden dejar de tener esa influencia en los medios: primero porque tienen recursos, segundo porque la gente no cree en lo que no ve ó escucha y tercero porque el dinero que se utilizaba en las campañas anteriormente se repartía entre la gente que integraba los equipos de campaña, mucha gente salía a hacer campaña muchísima era una forma de regenerarse económicamente, la gente tenía dinero en campaña, ahora la gente no tiene dinero, tienen dinero los medios de comunicación, la estructura del partido político manejaba no sé cien, doscientas personas a las cuales se les pagaba por ir de casa en casa y distribuir volantes o por ir a los mercados ahora no es necesario, ahora es la televisión el rey y maestro de todas las artes electorales en términos de difusión y los partidos ganan cuando saben utilizarlos.

MERO: ¿Cree que sean suficientes esas prerrogativas es decir, el tiempo en radio y televisión así como el financiamiento con el que cuentan los partidos políticos?

MAJF: *Bueno el tiempo no es suficiente es una vergüenza la cantidad de dinero que se gasta en eso, desde mi punto de vista no se debería de gastar, debería estar regulado, los partidos políticos deberían de tener un acceso justo y equitativo a los medios todos realmente son opciones y aquí parece que el que tiene acceso es el que más dinero tiene; por otra parte, el dinero que obtienen los partidos es dinero del fisco, es decir dinero de la sociedad entonces ese dinero se lo estamos mandando a las televisoras y a las radiodifusoras vía los partidos políticos.*

Los medios son los grandes ganadores, no, no es suficiente dinero en estas condiciones no es suficiente, lo que debería de hacerse es cambiar ése régimen para que en lugar de que sean los medios los ganadores de los recursos económicos, que son empresas privadas finalmente concesionadas, lo que debería de hacerse es establecer una regulación para darle el

acceso equitativo y justo a los partidos políticos y de qué manera, de una manera distinta no es lo mismo darle a un partido político 30 minutos a la semana o 60 minutos a la semana en una cápsula, a darle 1 minuto diario en horarios preferentes, no es lo mismo definitivamente porque entre más se repite un mensaje es más fácil que cause el efecto mediático en la gente, entonces todo eso yo creo que se tendría que regular, yo no estoy de acuerdo en que se les diera más dinero a los partidos políticos más bien había que regular a los medios.

También Jacqueline Peschard, ex consejera del Consejo General del Instituto Federal Electoral señala en un artículo titulado "Los medios de comunicación y las elecciones" publicado en un compendio del IEEM: *"En 1994, cuando los partidos presentaron su informe de gastos de campaña ante el IFE, se determinó que éstos habían gastado 24% de sus recursos en los espacios de los medios de comunicación. Tres años después, en 1997, con el mismo ejercicio, el informe sobre gastos de campaña reveló que los partidos políticos habían dedicado el 55% de sus recursos a la compra de espacios en medios de comunicación. Es decir en más de tres años, se había más que duplicado la proporción de recursos destinados a la compra de dichos espacios. Esto quiere decir que, sin duda alguna, para el proceso electoral del año 2000, los partidos políticos habrán destinado a medios de comunicación aproximadamente entre el 60 y 65% de sus recursos para la promoción de sus campañas"* ⁵⁸.

Cabe destacar que la elección del año 2000 fue concurrente entre el órgano federal y el local lo que representó para el segundo un gran reto en cuanto a las campañas electorales tanto para los partidos políticos como para las instituciones electorales.

Ahora bien, para la autoridad electoral ¿qué es lo importante? Hasta hace poco, de

⁵⁸ Álvaro Arreola Ayala (coordinador), Elecciones: un informe a la ciudadanía, Instituto Electoral del Estado de México, 2000, pág. 26.

acuerdo con un estudio de la Universidad de Guadalajara, que realizó Pablo Arredondo sobre los dos principales noticieros de televisión en 1988, se encontró que un solo partido captaba el 84% de los tiempos de noticias en la televisión pública del momento. Es decir, había muy poca presencia de candidatos distintos al PRI.

Y como se señaló con anterioridad, legalmente debe existir un trato equitativo en el acceso que tienen los partidos políticos a los medios propiedad del estado, contrario a lo que sucede con los medios de la iniciativa privada en los cuales la ley que media es la oferta y la demanda para cada uno de los contendientes, y es ahí donde se genera la inequidad mediática de las campañas electorales, esto es cuantitativamente, veamos ahora que sucede con el contenido de los espacios.

3.3.3 COMPORTAMIENTO DE LOS MEDIOS EN LA ELECCIÓN FEDERAL

De acuerdo al monitoreo que hizo el IFE en el año 2000 y que abarcó 210 noticieros de radio y televisión a lo largo de todo el país encontró lo siguiente:

A efecto de nombrar a los diputados federales de representación proporcional, el país se divide en circunscripciones electorales, que son territorios geográficos comprendidos por uno o más estados los cuales deben sumar proporciones equitativas de población, el Estado de México, Guerrero y Michoacán comprenden la quinta circunscripción electoral.

CUADRO 26
MONITOREO DE TELEVISIÓN DE LA
QUINTA CIRCUNSCRIPCIÓN ELECTORAL
Primero, segundo y tercer mes del proceso electoral 2000

	AC	PRI	AM	PCD	PARM	DS
1er Informe	32.47%	28.47%	27.70%	0.90%	7.47%	3.00%
2do Informe	29.23%	23.73%	28.40%	8.00%	5.57%	5.07%
3er Informe	12.87%	58.97%	14.37%	2.83%	7.60%	3.37%
4to Informe	22.06%	40.26%	22.78%	2.84%	7.77%	4.27%
5to Informe	21.85%	36.95%	21.98%	5.52%	7.89%	5.81%

FUENTE: Álvaro Arreola Ayala (coordinador), Elecciones: un informe a la ciudadanía, IEEM 2000.

En estos monitoreos hechos del primero al quinto mes del proceso electoral, se observa que iniciaron casi a la par, la Alianza por el Cambio y el PRI, a partir del tercer informe este se dispara y se mantiene hasta concluir con las campañas electorales, en el momento más alto esta con 55% frente al 13.50% de la Alianza por México, la desproporción es muy marcada, qué decir frente a los partidos nuevos. Hay que destacar que la televisión es el medio con más penetración a nivel nacional, el cual nivela informativamente a los ciudadanos.

CUADRO 27
MONITOREO DE TELEVISIÓN DE LA
QUINTA CIRCUNSCRIPCIÓN ELECTORAL
Cuarto y quinto mes del proceso electoral

	AC	PRI	AM	PCD	PARM	DS
1er Informe	15.49%	50.11%	29.03%	1.52%	2.64%	1.22%
2do Informe	23.67%	30.02%	28.30%	11.78%	4.27%	2.00%
3er Informe	15.83%	55.10%	13.50%	2.70%	6.50%	6.40%
4to Informe	24.76%	43.50%	14.89%	4.63%	7.35%	4.87%
5to Informe	23.90%	44.93%	19.79%	2.10%	7.69%	1.59%

FUENTE: Álvaro Arreola Ayala (coordinador), Elecciones: un informe a la ciudadanía, IEEM 2000.

CUADRO 28
MONITOREO DE TELEVISIÓN ESTADOS CON UN SESGO
A FAVOR DE UN PARTIDO DE MAS DE 30%

1er Monitoreo		2do Monitoreo		3er Monitoreo		4to Monitoreo		5to Monitoreo	
Edo.	Partido								
Coahui.	PRI	Ags.	AC	B.C	PRI	Hidalgo	PRI	Camp.	PRI
Colima	AC	BCS	AM	B.C.S	PRI	Jalisco	PRI	Coahuil.	PRI
Durango	PRI	Chihuah	PRI	Coahuila	PRI	Tabasco	PRI	Morelos	PRI
Guerrero	AC	Oaxaca	AC	Colima	PRI			Nvo. L.	PRI
Hidalgo	PRI	Veracruz	PRI	Chiapas	PRI			Sinaloa	PRI
Jalisco	PRI			Chih.	PRI			Tabasco	PRI
Sonora	AM			Guerrero	PRI				
Tabasco	PRI			Mich.	PRI				
Tlaxcala	AM			Morelos	PRI				
				Oaxaca	PRI				
				Puebla	AM				
				Qro.	PRI				
				S.L.P	PRI				
				Tamaul.	PRI				
				Yucatán	PRI				
				Zacatec.	PRI				

FUENTE: Álvaro Arreola Ayala (coordinador), Elecciones: un informe a la ciudadanía, IEEM 2000.

En estos cuadros se observa la parcialidad que existe por los siguientes motivos: el primero por la cantidad de recursos financieros (público y privado) de cada uno de los partidos políticos, que en el caso del PRI le permitió tener la cobertura y presencia que tiene en todo el territorio nacional, en segundo lugar, el tipo de elección la cual fue histórica en virtud de la presión ciudadana que hubo a favor del cambio de partido en la Presidencia de la República, por último hay que señalar que el tiempo que lleva el PRI en el poder, le ha permitido consolidarse como partido político en cuanto a sus estrategias, funcionamiento y uso de recursos que aplican en las campañas electorales.

El 2 de julio algunos de los gobiernos locales paralelamente tuvieron elección para renovar al ejecutivo y para todos fue la elección federal, respecto a la renovación del Congreso de la Unión y fue manifiesto su apoyo a favor del partido en ese entonces oficial, el PRI, el cual de acuerdo a los cuadros durante los últimos meses mantuvo su presencia en todo el territorio nacional. Con el objeto de mantener al partido en el gobierno, el PRI consiguió recursos como es de nuestro conocimiento de manera ilegal "Caso PEMEXGATE".

Al descender al nivel de las entidades federativas, los sesgos a favor de un partido (PRI) se hacen mas evidentes, en el primer informe del monitoreo, en el ámbito relativo a la televisión, hay nueve estados con esa tendencia a favor del PRI, mientras que en otros estados como en Colima, Guerrero, Sonora o Tlaxcala, los partidos beneficiados son distintos al PRI.

En el segundo monitoreo, ese sesgo nuevamente favoreció a diferentes partidos, sin embargo, a partir del tercer monitoreo el favoritismo se concentra en un solo partido, el PRI. En el cuarto monitoreo es menor la cantidad de estados con este sesgo pero siempre a favor del PRI.

En el monitoreo de radio, sucede lo mismo ya que el beneficio favorece a uno u otro partido al iniciar, pero siempre al final el PRI domina frente a los demás. Hay que destacar también que en este monitoreo hecho en radio, el Estado de México hace presencia durante los tres últimos informes.

CUADRO 29
MONITOREO DE RADIO EN ESTADOS CON UN SESGO
A FAVOR DE UN PARTIDO DE MAS DE 30%

1er Monitoreo		2do Monitoreo		3er Monitoreo		4to Monitoreo		5to Monitoreo	
Edo.	Partido								
BCS	AM	BCS	AM	AGS	PRI	CAMP.	PRI	DGO.	PRI
Durango	PRI	BC	PRI	BC	PRI	COL.	AM	Guerrero	PRI
GTO	AC	GTO	AC	BCS	PRI	Chiapas	PRI	México	PRI
Hidalgo	PRI	Colima	AM	Coahui.	PRI	Hidalgo	PRI	Nvo. L.	AC
QR	PRI	Chiapas	PRI	Chiapas	PRI	México	PRI	QRoo	PRI
Tlaxcala	AM	Jalisco	AC	Chih.	PRI	Sonora	PRI	YUC	PRI
		QRO	AC	Durango	PRI	Tabasco	PRI	ZAC	PRI
				Guerrero	PRI	TAMS	PRI		
				Hidalgo	PRI	YUC	PRI		
				Jalisco	PRI				
				México	PRI				
				Morelos	PRI				
				Oaxaca	PRI				
				QR	PRI				
				SLP	PRI				
				TAM	PRI				
				TLAX	PRI				
				YUC	PRI				

FUENTE: Álvaro Arreola Ayala (coordinador), Elecciones: un informe a la ciudadanía, IEEM 2000.

CUADRO 30
TIEMPO EN TELEVISIÓN SEGÚN VALORACIÓN DE LA NOTA

	AC	PRI	AM	PCD	ARM	DS	TOTAL
Negativa	4:45:52	3:42:31	1:24:04	0:30:14	0:37:47	0:13:28	11:13:58
Neutra	96:13:09	141:15:14	74:42:36	21:05:24	24:59:55	15:54:28	374:10:49
Positiva	2:41:59	4:44:56	1:12:02	0:04:46	0:21:46	0:43:40	9:49:12
Total	103:41:01	149:42:42	77:18:43	21:40:25	25:59:29	16:51:37	395:14:00

FUENTE: Álvaro Arreola Ayala (coordinador), Elecciones: un informe a la ciudadanía, IEEM 2000.

Se ha constatado cuantitativamente la información destinada en las campañas electorales a cada uno de los partidos políticos, respecto de la elección federal, en el cuadros presentado se manifiesta la calidad o contenido de la información de acuerdo al monitoreo hecho por el IFE.

Cabe señalar que los parámetros para calificarlas fueron: se clasificaron como neutras las notas que simplemente informaron sobre el evento; como positivas si al informar sobre el evento hay un tipo de halago o respaldo al partido y negativas cuando el comentario o editorial del noticiero es de reprobación o crítica.

Del total de horas y minutos de Alianza por el Cambio, es decir, de 420 horas, 356 son neutras. De las 597 horas del PRI, 543 son neutras. Lo que significa que lo dominante es neutro. Sin embargo, si observamos la cantidad de notas negativas de la Alianza por el cambio, se observa una diferencia ya que tiene 50 horas frente a 34 del PRI y en el caso de Alianza por México hay una proporción menor de notas negativas.

En general la información emitida respecto de los tres candidatos: Vicente Fox, Francisco La bastida y Cuahutemoc Cárdenas es neutra. Pero si interpretamos la cantidad de notas positivas y negativas, se encuentra que las negativas se inclinan más hacia la Alianza por el Cambio, encabezada por Vicente Fox, el cual era el candidato más peligroso para Labastida, para lo cual había que desacreditar al primero.

CUADRO 31
TIEMPO EN RADIO SEGÚN VALORACIÓN DE LA NOTA

	AC	PRI	AM	PCD	ARM	DS	TOTAL
Negativa	50:06:39	34:37:37	14:47:12	3:54:51	6:18:48	1:06:17	110:51:27
Neutra	356:06:35	543:11:57	276:31:03	51:38:03	76:52:01	50:52:56	1355:12:38
Positiva	14:03:17	19:49:32	11:21:31	0:24:00	1:39:41	4:23:01	51:41:05
Total	420:16:33	597:39:07	302:39:48	55:56:55	84:50:31	56:22:14	1517:45:10

FUENTE: Álvaro Arreola Ayala (coordinador), Elecciones: un informe a la ciudadanía, IEEM 2000.

La organización de procesos electorales concurrentes implica un grave problema informativo para las instituciones electorales locales, ya que la cobertura en medios nacionales privados se centra en la elección federal. Juárez Franco opina:

MAJF : *La influencia es total en el medio nacional, es muy probable que el mensaje llegue a todas partes, implica que los partidos (locales) se gasten todo su dinero, a que los partidos busquen una fuente de ingreso para poder competir en campañas nacionales, sin embargo, ahora lo que han hecho los partidos es hacer campañas genéricas por así decirlo, esas campañas difunden todo lo que creen más importante; es nada más vota por los candidatos a ayuntamientos de tal partido o por los candidatos a diputados, sin que los mensajes vayan más enfocados.*

Entonces más bien obligan a los partidos a llevar a cabo mensajes genéricos, obliga al Instituto Electoral a derogar fuertes cantidades de dinero para poder hacer una difusión mínima y a veces hasta raquítica y por otra parte creo yo que obligan a difundir solamente aspectos verdaderamente concretos y específicos para la elección por ejemplo en el caso del Instituto, el Instituto nunca pagaría una campaña en medios nacionales llamando a la gente a capacitarse, sí se hicieron esfuerzos pero a veces es dinero tirado la basura, o sea uno o dos mensajes en horarios triple A para que lo vea el grueso de la gente, no causa tanta influencia o el efecto mediático que se quisiera, la gente podrá enterarse de que existe, pero eso en el

plan de medios: la contratación de los medios nacionales y los mensajes son muy concretos es fecha de la elección y acude a votar no hay más; porque llevar a cabo toda la difusión que requeriría el instituto no alcanza, no hay cantidad de dinero que alcance y los partidos políticos están sentenciados a ese esquema de medios nacionales, si acaso deben contratar tiempo como estrategia en municipios como Ecatepec o Nezahualcoyotl donde el grueso de la votación puede ser determinante para integrar la mayoría del Congreso entonces a la mejor ahí sí se le invierte.

MERO: Implica para el Instituto una limitante en el sentido de que está fuera de su control, el uso que tienen los partidos políticos en los medios nacionales privados?

MAJF: *En términos de mensajes no, el Instituto tiene que velar por el respeto en la contienda de los actores políticos, entonces ahí no porque existen mecanismos para dirimir controversias de propaganda entonces si algo sale en el medio nacional, como ocurrió ya que un partido político pueda mostrarse ofensivo hacia otro, el Instituto a través de los procedimientos para dirimir controversias de propaganda, emite sanciones ahí no es problema, en término de la fiscalización es mucho más fácil porque es muy notorio cuando un partido político utiliza medios nacionales, no hay manera de que en canal 2, 4 ó 5 pase desapercibido, entonces es más fácil para fiscalizar el gasto del partido político en medios porque no es muy común que alguien contrate medios nacionales por los costos.*

La problemática está en términos de participación ciudadana eso sí no es controlable, porque el hecho de que los medios sean tan caros, su contratación implica una menor difusión de plataformas, de mensajes, de actividades del instituto, de los candidatos en fin ahí sí pega al proceso electoral y definitivamente aunque no haya una relación directamente proporcional entre mayor difusión igual a mayor votación, aunque no exista esa relación desde mi punto de vista, definitivamente es mejor que la gente esté enterada a que no esté enterada, que

quede en su conciencia el salir o no a votar; digo lo siguiente porque en 1999, por ejemplo hicimos un esfuerzo para difundir la fecha de la jornada electoral, porque creíamos que ahí era donde estaba el problema. Miguel Ángel Granados Chapa había sido candidato del PRD al gobierno del estado de Hidalgo y cuando terminó la elección hubo un índice de votación del 13% una catástrofe de abstencionismo esta es la realidad y entonces Granados Chapa planteó: "hay responsabilidad de los institutos electorales y es responsabilidad del gobierno del estado, porque la gente ni siquiera sabía cuándo eran las elecciones".

Nosotros retomamos ese comentario y dijimos a nosotros no nos pasa. Efectivamente se hizo una encuesta y la primera encuesta de la elección de donde sale Montiel nos indica que solamente 22% de la población conocía la fecha en que se iba a votar, hicimos el esfuerzo hasta que al final, previo a la jornada electoral se hizo otra encuesta y el 80% de la población sabía que iba a haber elecciones y la fecha de la elección y sabía porque se iba a votar y a la hora de la votación teníamos un índice de menos del 50% alrededor del 48% entonces no hay una relación proporcional, el hecho de que la gente sepa cuándo va a ver elección no quiere decir que vaya a votar, no quiere decir que con eso se reduce el abstencionismo esa es la problemática desde mi punto de vista y esa relación de mensaje- información igual a menor abstencionismo no me parece muy adecuado.

3.3.4 COMPORTAMIENTO DE LOS MEDIOS EN LA ELECCIÓN LOCAL

MERO: ¿Qué hace el IEEM para difundir su quehacer?

MAJF: *Bueno, el Instituto Electoral tiene varias estrategias para difundir sus actividades que realiza de manera cotidiana estas actividades son muchas y definitivamente este instituto o cualquiera de carácter local se enfrenta a la problemática de definir estratégicamente qué es lo*

que va a difundir. Son muchas las etapas de organización de un proceso electoral, se tienen que difundir desde los principios rectores que rigen la vida del instituto, los procesos electorales a efecto de que la población conozca cómo se organiza la elección también se tienen que difundir convocatorias para concursos de carácter público para la adquisición de bienes o servicios que se requieren para la organización de las elecciones se requiere hacer convocatorias públicas para integrar personal a las estructuras institucionales por ejemplo: los vocales encargados de los órganos desconcentrados.

Se hace difusión también con planteamientos de carácter político que tienen que ver con la vida del estado o con el desarrollo de las elecciones se hace difusión de convocatorias para los ciudadanos en términos de participar en el proceso electoral, se hace difusión o mensajes propagandísticos enfocados a los ciudadanos para señalarles la importancia de participar en el proceso electoral organizando o votando, se hace difusión de quiénes participan en los procesos electorales, en fin son alrededor de 20 o 25 aspectos distintos de difusión y comunicación de parte del Instituto Electoral todo eso se difunde para poder llevar a cabo exitosamente un proceso electoral.

La dificultad de la difusión es que hay que diseñar estratégicamente campañas específicas para cada rubro, a veces ha sido necesario diseñar alrededor de doce campañas distintas por una parte, por otro lado hay que contratar los espacios en los periódicos, en radio y televisión con las dificultades que conlleva cada uno de estos aspectos, por ejemplo qué periódico se va a contratar para hacer la difusión, dice uno bueno los de mayor circulación, pero no necesariamente los de mayor circulación nacional son los que tienen mayor circulación local u otro problema no hay periódicos locales, los que hay no tienen la suficiente penetración, o bien simple y sencillamente no existen métodos de comunicación efectivos en una localidad o comunidad.

Ahora radio hay que determinar con estudios cuales son las radiodifusoras que pueden tener mayor influencia en la zona y en función de eso a veces hay que tomar decisiones también estratégicas que tienen que ver con recursos y zonas de influencia quizá una radiodifusora tiene más influencia en Ciudad Nezahualcoyotl y Texcoco, pero a lo mejor esa radiodifusora ya no nos alcanza para Acolman y sin embargo por costos se tiene que contratar, entonces quizá se desprotege un área, son cuestiones complicadas en el aspecto técnico.

En televisión bueno, la televisión la ve todo el mundo hay horas más importantes de audiencia, sin embargo la problemática de la difusión tiene que ver con los costos, el Estado de México ahora cuenta con el sistema de Radio y Televisión Mexiquense que ya tiene cobertura en la zona del valle Cuautitlán- Texcoco pero de cualquier manera no es un canal muy visto o muchas televisiones no agarran la señal del canal, entonces la opción que queda es la televisión nacional, nada más que en ésta un anuncio en el horario de mayor audiencia, para penetrar todos los sectores de la sociedad cuesta alrededor de quinientos mil ó seiscientos mil pesos el minuto entonces, los Institutos Electorales en el caso del Estado de México, destinan alrededor de quince o veinte millones de pesos para publicidad es muy poco, no se puede competir, toda ese gasto en difusión se utiliza del presupuesto que se fija al Instituto y que autoriza la legislatura, pero de todas maneras definitivamente es muy menor, todo esto se presenta en el aspecto de la comunicación, esto es lo que se difunde y esa es la problemática a la que se enfrenta el Instituto.

La elección del 2 de Julio del 2000 fue una elección difícil en cuanto a la cobertura informativa, para los mexiquenses porque no se informaron y no tuvieron los elementos necesarios para razonar y decidir su voto, para la autoridad electoral porque tuvieron que enfrentar la situación, doblgando esfuerzos en la difusión, y para los partidos políticos porque tuvieron que buscar métodos alternativos para estar presentes en los votantes o definitivamente actuaron de acuerdo a sus posibilidades económicas, arriesgando así sus

aspiraciones.

MERO: El caso del año 2000 fue excepcional porque se trató de una elección concurrente, federal y local ¿Se utilizó una estrategia diferente de comunicación?

MAJF: *El hecho de haber sido concurrente si fue completamente distinta y diría yo poco eficaz porque estábamos compitiendo con los actores a nivel nacional y con los medios a nivel nacional y en realidad lo que hicimos fue, sí se metió mucho dinero, en ese año a los medios pero no podemos competir: en mensajes, ni en tiempos, pero finalmente nosotros lo que nos ayudó desde entonces fue la comunicación alternativa, entendiéndose por ella la comunicación directa verbal, con la comunicación directa gráfica esa era nuestra gran válvula de escape nuestra salida, nosotros no pudimos competir con los nacionales y por más esfuerzo que hicimos había confusión en los mensaje algunos de los cuales no nos convenían porque técnicamente eran muchas complejidades, te pongo un ejemplo para nosotros era muy importante que los ciudadanos fueran a actualizar la lista nominal y para el Instituto Federal Electoral era más importante que la gente recogiera su credencial para votar, es decir, nosotros queríamos que la gente se fuera a inscribir y ellos que fueran a recoger sus credenciales, había una serie de complicaciones técnicas que solamente se resuelven de otra forma; esa fue la experiencia del 2000 para mí no fue tan buena en términos de medios pero de esa aprendimos a utilizar la comunicación alternativa que fue la que utilizamos en los siguientes años entonces el gasto institucional ya no se hizo tanto hacia los medios, si se utilizaron pero dimos prioridades a las jornadas de cultura cívica, a las conferencias, dimos prioridad a la comunicación directa con los ciudadanos a la entrega de volantes.*

El perifoneo por ejemplo que resultó ser la gran maravilla para el Instituto porque la gente tuvo una recepción adecuada de los mensajes, se acercaban con los anunciantes, logramos hacer mítines en algunos casos y bueno ahí si no competimos contra los medios era una

competencia directa y mucho más barata infinitamente más barata.

En ese proceso fuimos rebasados por el proceso federal en el sentido informativo sí, en el sentido organizativo no porque finalmente el IEEM estaba mejor preparado definitivamente en todos los aspectos teníamos todos nuestros instrumentos en la casilla, se instalaron todas las casillas, el IFE tenía que pedirnos prestados funcionarios para instalar las suyas e incluso a partir de ese momento, se pensó, bueno surgió en el país una corriente orientada desde el Estado de México a decir bueno hay que poner atención en si el IFE continúa organizando los procesos electorales federales ó locales por la experiencia en el Estado y están las versiones estenográficas de las sesiones del Consejo por parte de los representantes de los partidos políticos y es que los Estados deben de organizar los procesos electorales incluso los federales, entonces en términos organizativos no, en términos de comunicación no se puede competir no podríamos decir, quizás de manera tajante que nos rebasaron simplemente no podíamos competir.

El monitoreo de medios que llevó a cabo el IEEM fue exclusivamente en referencia a los candidatos de las elecciones de su competencia, es decir locales, para diputados y ayuntamientos. Hay que destacar, que de acuerdo al informe presentado por la Comisión de Radiodifusión del Consejo General del IEEM, manifestó que ni la televisión nacional ni la local prestó atención a las campañas de los candidatos locales; la poca participación de la televisión en las elecciones locales se redujo a spots "genéricos".

La televisión en el proceso electoral local no actuó, sin embargo este medio si dio una amplia cobertura a las campañas federales. Las notas registradas en televisión, de las campañas locales, se debieron a los noticieros de Televisión Mexiquense.

La gráfica 1 muestra una cobertura en el número de notas emitidas de la mitad de los

partidos políticos contendientes, se observa una integración de acuerdo a la competitividad en duplas, despuntan casi igual el PAN y el PRI, aunque no deja de ser éste el más beneficiado, en segunda instancia ocupa el cuarto lugar el PRD, desbancado por el PT. Finalmente con una mínima cobertura se encuentra el PVEM y el Partido del Centro Democrático. Finalmente los partidos Convergencia por la Democracia, Partido de la Sociedad Nacionalista, el Partido Auténtico de la revolución Mexicana, Partido Alianza Social y Democracia Social no fueron beneficiados por la televisión mexiquense con ninguna nota.

GRÁFICA 1
MONITOREO HECHO POR EL IEEM
ELECCIÓN LOCAL



Por su parte en prensa el número de notas fue significativa y de gran cobertura respecto a la televisión, ya que como sabemos la prensa se destaca por ser un género informativo más accesible y plural comparado con la televisión, aunque en el Estado de

México como en todo el país, aún existe el privilegio en los medios de comunicación para el partido en el poder, tal y como se ha demostrado con las gráficas de monitoreo tanto a nivel federal como estatal.

Respecto de la calidad de la información, no son equitativas las 1819 notas publicadas en prensa para el PRI, con las 663 del PAN que son la tercera parte ó las 334 del PRD que representan una sexta parte, que decir de los demás partidos políticos; la información es completamente parcial. En este sentido fueron mas equitativos en radio y televisión, la prensa resultó ser el medio más accesible económicamente para los partidos políticos, aunque el mas tendencioso, con una línea muy clara a favor del partido en el gobierno.

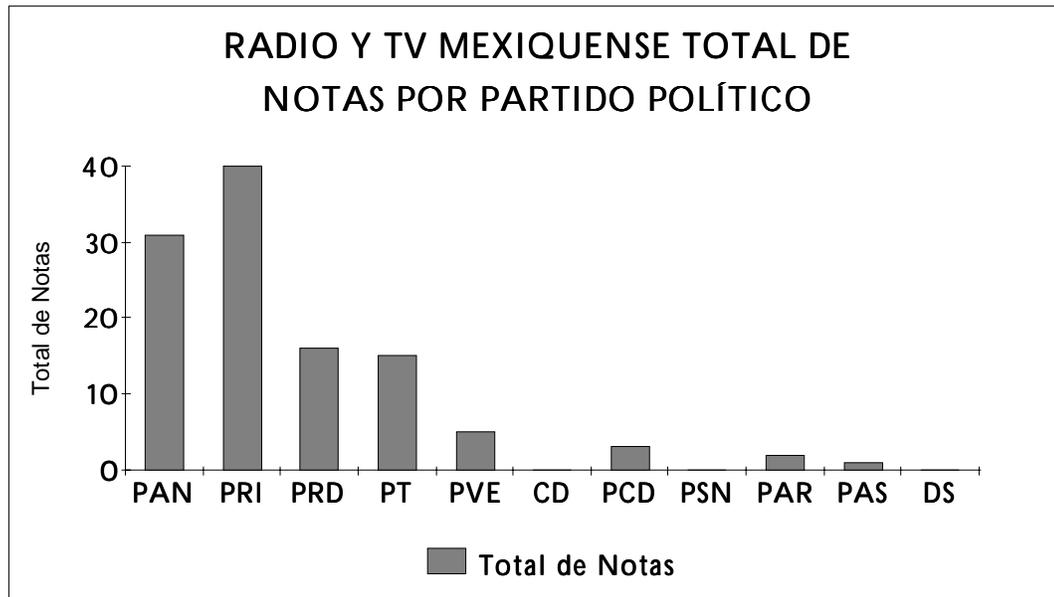
Es muy representativa la cantidad de spots en radio y televisión así como de las notas en prensa del partido que alcanzó la mayor cobertura, el PRI, con 329, 28 y 1819 spots y notas respectivamente, es abismal la cobertura de los medios de comunicación y por lo tanto la penetración de los mismos por tratarse de los mass media en el Estado de México, en donde cómo vemos la prensa fue el medio dio mayor cobertura al proceso electoral, sin embargo los periódicos editados en el Valle de Toluca no son distribuidos en el Valle de Anahuac es decir el área conurbada hacia el oriente y noreste del estado, por lo tanto los ciudadanos de dicha región estuvieron completamente desinformados respecto del proceso electoral en su entidad, agregando que los medios nacionales dieron la cobertura a la elección federal.

GRÁFICA 2
MONITOREO HECHO POR EL IEEM
ELECCIÓN LOCAL

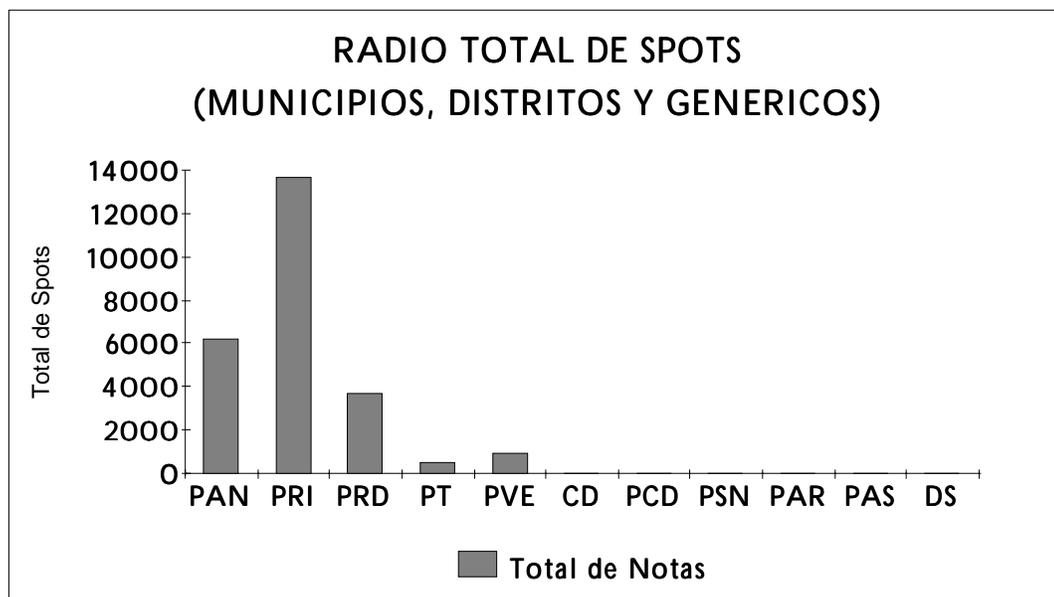


De acuerdo al artículo del Código electoral del Estado de México, el IEEM es la instancia y autoridad encargada de distribuir equitativamente el tiempo en los medios de comunicación propiedad del Estado, se observa en la gráfica una desproporción en el tiempo destinado a cada partido político.

**GRÁFICA 3
MONITOREO HECHO POR EL IEEM
ELECCIÓN LOCAL**

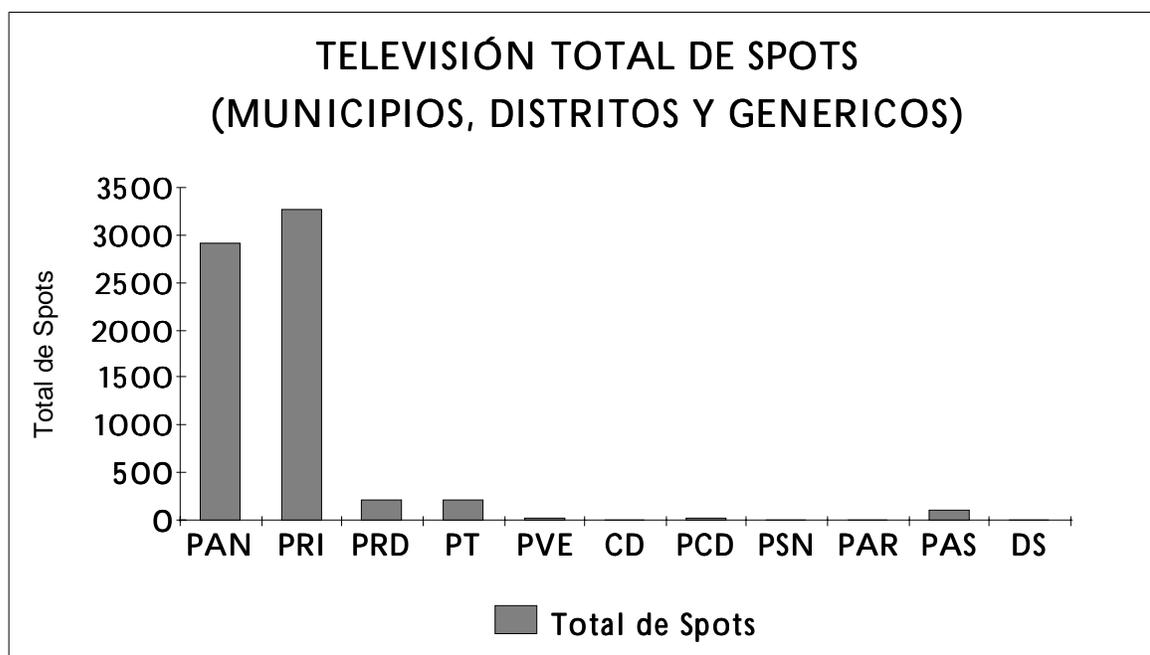


**GRÁFICA 4
MONITOREO HECHO POR EL IEEM
ELECCIÓN LOCAL**



Las gráficas muestran que de acuerdo al número de spots o inserciones en los medios el que dio más cobertura al proceso electoral fue la radio, en segundo lugar la televisión y en tercero la prensa. El PRI alcanzó 13,615 spots en radio, el PAN 6,190 y el PRD 3,671. No hay ninguna equidad está muy desproporcionado, aunque aparentemente fue el más accesible para los partidos políticos.

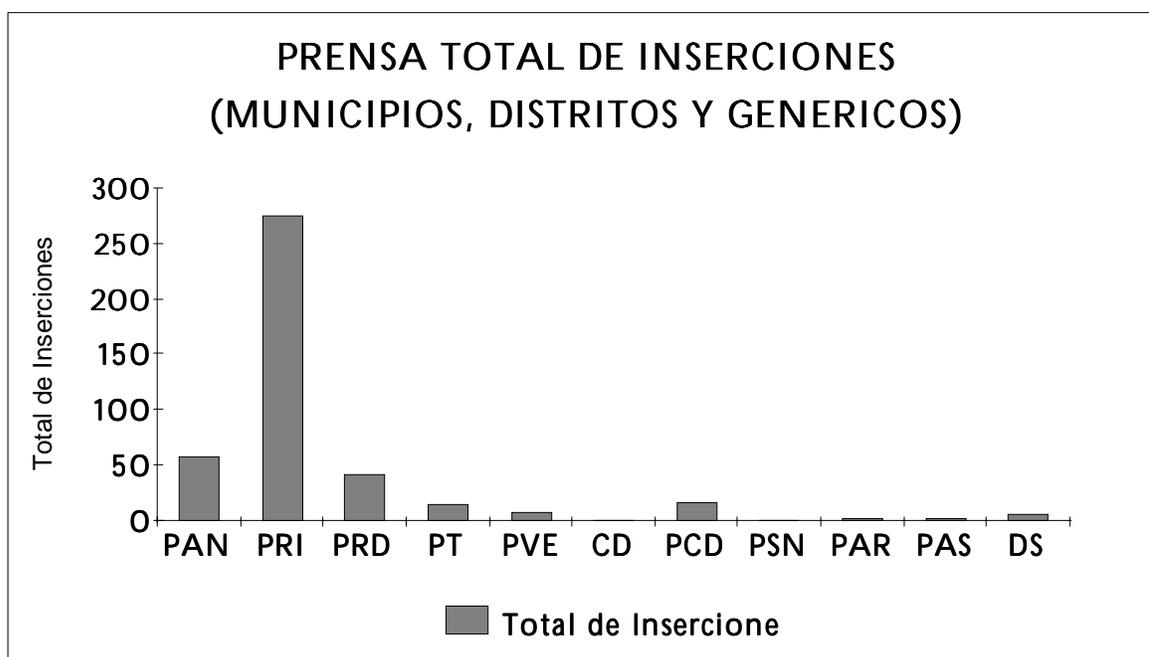
GRÁFICA 5
MONITOREO HECHO POR EL IEEM
ELECCIÓN LOCAL



Respecto a la televisión, por tratarse del medio con mayor penetración fue en el que se logró mayor equidad entre los partidos más fuertes, PRI y PAN el primero con 3,261 spots contra 2,919 del segundo y de los restantes el que más spots obtuvo fue el PRD con 42 que representa el 1.4 % con respecto al PRI este resultado por supuesto que tiene que ver con los costos de los espacios en dicho medio.

En cuanto al total de inserciones en prensa, se observa como el medio mas tendencioso hacia el partido en el gobierno, compraron 274 espacios, contra 57 del PAN y 42 del PRD aquí fue equitativa la información pero para los partidos que ocupaban el segundo y tercer lugar. Además se observa que ó fue el medio con espacios mas caros ó de acuerdo a sus estrategias el de menor penetración. Para el PRI cualquier espacio fue importante incluso sin ningún límite.

GRÁFICA 6
MONITOREO HECHO POR EL IEEM
ELECCIÓN LOCAL



MERO: Licenciado ¿Con qué tipo de información cuenta el elector?

MAJF: Bueno yo creo en realidad que la información que tienen es mínima, elemental, difícilmente la gente puede tener precisión sobre lo que esta planteando cada actor político, solamente, en las elecciones a nivel municipal si se sabe con mucha precisión, a la mejor una

promesa de campaña es construir un puente, entonces si el otro dice no construyo el puente: el caso de Atenco unos si al aeropuerto y otros no ahí no hay vuelta de hoja si mi voto va a estar determinado por la construcción o no del aeropuerto entonces ahí si, se acabó, pero hay otros a medias tintas, yo creo que la gente si diferencia cuando se trata de problemáticas muy concretas, muy específicas pero en términos genéricos difícilmente se puede tener la información suficiente para poder determinar un voto, no se tiene porque no llega la información.

El ciudadano común y corriente expuesto a los medios ve una realidad ficticia, esa realidad ficticia tiene que ver con la forma en que presentan los mensajes por parte de los noticieros: ahorita me están hablando de un partido político y al rato me hablan de un secuestro o sea lo vinculo, en el efecto mediático cuando el partido político a lo mejor ni es gobierno ahí donde se está teniendo la inseguridad, la forma de presentar las noticias es realmente absurda de repente puedes estar pensando y no saber si la señora de Fox va a ser candidata a la presidencia, pero ya sabes que México ganó 2-1, entonces cual es la relación de esa información fragmentada, segmentada solamente que la decodifiques de manera correcta se puede tener un nivel de información aceptable para la toma de decisiones.

Yo creo que es eso, te bombardean durante un año y medio con el caso de Gloria Trevi, tú sabes quien es Gloria Trevi, quienes son sus amantes, que si su hija tuvo un problema, que Mari boquitas, en fin, pero qué están plantando los actores políticos, no lo saben, tendrías que leer tiene que ver con el hábito de lectura.

MERO: Pero entonces se trata de ¿Información, desinformación, basura?

MAJF: *Por una parte tienes una serie elementos informativos que no te informan y por otra parte tienes la necesidad de un juego, qué tipo de información requiere un ciudadano pues es*

que es mucha, va de la mas simple a la mas compleja estás inmerso en un juego en el que los candidatos tienen que venderse como productos no? eso ya es lo atroz, el hecho de que una persona este bonita no significa que sea buena y el hecho de que sea buena, no tiene que ser bonita, ¿cómo determinas lo que es bello? simplemente utilizas técnicas de mercado, lo que le guste mas a la gente es mas bello, lo que no les guste pues es menos bello y eso es lo que han hecho los candidatos se han convertido en productos se han intentado meter en la canasta básica ya no es leche, huevos y frijoles también es candidato entonces al candidato hay que darle una buena cara, qué mensaje pueden dar cuando lo que están buscando es el mejor perfil, es componer la dentadura, el candidato se está convirtiendo en algo verdaderamente impersonal.

En 1999 el representante del PAN nos propuso incluir la fotografía de su candidato en la boleta electoral, estaban orientado claramente buscar un efecto mediático vía una personalidad que creían aparentemente era atractiva para el sector de mujeres, no se puede, no son reglas del juego pero eso es lo que ellos están haciendo, están proyectando eso a ver quién saca el mejor slogan aunque sea ficticio o a ver quien saca la mejor imagen aunque en la realidad no corresponda esa información a cómo determinas un voto.

La propuesta que hace el presente trabajo es el papel de los medios de comunicación en el abstencionismo, se concluye que la información con que cuenta la ciudadanía es tendenciosa, no es objetiva ni imparcial a pesar de la legalidad y del trabajo de la autoridad electoral, los partidos políticos han caído desafortunadamente en las manos de la mercadotecnia, sus propuestas se basan en la forma y no en el contenido, pero realmente satisface y tiene una credibilidad para los ciudadanos.

MERO: Sobre ¿Qué tipo de información se basa un elector para decidir la forma, el sentido en que emite su voto?

MAJF: *La emisión de un voto tiene que ver con muchas cosas, yo diría el tipo de información es un factor, si vamos a los aspectos negativos por ejemplo: la emisión de un voto tiene que ver con cohesión, con cubrir una serie de satisfactores, con un estado de ánimo, hoy estoy de buenas voy a votar, tiene que ver con una formación cívica, es decir yo quiero un país pacífico voy a votar porque es la forma de acceder al poder, tiene que ver con factores económicos hoy si voy a trabajar pero primero emito mi voto no importa que llegue tarde ó si no voy a trabajar me descuentan el día.*

Ahora yo creo que en términos de información se juega con ella en todo momento: al emitir un voto, con saber si voy a tener tiempo para votar, con saber quiénes van a ser los candidatos, juega con la información de qué demonios es lo que se está votando, para qué lo voy a elegir y cuándo se realiza la elección. Qué tipo de información requiere el elector, yo creo que la elemental, que es cuándo se vota, qué se vota, por qué se vota, esa es una información elemental, informaciones más complejas: qué plantean los que se están postulando, mucho más complejas: qué hay detrás de los que se están postulando y si te vas a complejidades extremas: quiénes son estos, qué han hecho de sus vidas.

Sin embargo, la información elemental no es suficiente, porque realmente es un alto porcentaje de ciudadanos que no votan por el desencanto que tienen de la política, provocado por los medios de comunicación, en virtud del tipo de información que difunden en los procesos electorales en donde tiene mayor crédito las notas de desprestigio hacia los actores políticos que aquellas que resalten las virtudes de los mismos. **MERO** ¿Quiénes se abstienen de votar?

MAJF: *Mucha gente, cómo definirlos, la definición mas sencilla es se abstienen de votar los abstencionistas, pero abstencionista puede ser alguien que ya con toda definición dice yo no voy a votar porque no me gustan las elecciones o porque no me gusta ir a votar esa es una*

persona que se abstiene de votar conscientemente, lo podríamos calificar de abstencionista porque trae una idea precisa de que no debe votar, de que no quiere votar los demás que se abstienen de ir a votar es por flojera, por desinterés en las elecciones, porque le gusta mejor el fútbol, porque ni siquiera se enteraron de que había votaciones; a veces la realidad es muy dura y quienes no están inmersos en los asuntos de la política, o que no les interesa, ni siquiera se enteran de lo que esta pasando, yo he dejado de escuchar radio y ver televisión dos o tres semanas y de repente siento que lo que me están dando los políticos cuando los regreso a ver, están fuera de mi realidad están fuera de mi percepción de juego con mis hijos ,de actividad cultural con mis amigos y a lo mejor no me entero de cosas que están ocurriendo, eso mismo pasa y se reproduce en nivel genérico . Estas mas preocupado por obtener sustento para tu familia, a lo mejor no le pones tanta importancia a la elección.

Quiénes se abstienen de votar, mucha gente, no lo podría definir teóricamente tendrías que entrar en una serie de categorías y analizar esas categorías sería muy interesante, pero esas categorías se vienen analizando desde hace muchísimos años y tienen que ver básicamente yo lo reduzco nuevamente a un asunto de cultura cívica ciudadana y esa cultura cívica ciudadana inicia por el conocimiento de que los procesos electorales son una forma de acceso al poder y que es la única vía que garantiza cuando se respeta que el poder se dispute sin sangre y que un empleo o una actividad económica sea próspera sino hay sangre, se entiende que las elecciones están directamente vinculadas con la paz social, entonces se va a entender la importancia que tienen las elecciones en la vida de cada persona, si tengo paz tengo escuela, es factible que tenga seguridad, que pueda haber un desarrollo económico, si no tengo eso no tengo nada, estoy perdido.

MERO: Finalmente, ¿Los medios influyen para que el elector se abstenga de votar?

MAJF: Sí (sonríe) en muchos sentidos y se juega con ello, sí influyen a ver un ejemplo simple,

bien sencillo desde el momento que se proyecta un partido de fútbol el día de la elección, desde ese momento es probable que a la gente le importe más el fútbol que ir a votar, desde ese momento influye, ahora, a lo mejor eso ya está pensado no lo sé, yo siempre he creído que sí está pensado siempre, que hay cosas en los medios que están orientadas específicamente a provocar abstencionismo, pero por otra parte independientemente que haya cosas o acciones que estén enfocadas a provocar abstención, también creo que el hecho de presentar irrealidades por parte de los medios provocan esa abstención ó también el hecho de provocar niveles de sueño entendidos como la busca del paraíso, como el status quo, el sueño americano, prefiere uno mejor estar buscando de qué manera se embellece o de que manera obtienes un volkswagen, que ir a votar.

MERO: ¿Qué falta por hacer? que les falta a los partidos, a la autoridad electoral, a los ciudadanos, a los medios.

MAJF: *Lo que pasa es que lo primero que hay que hacer desde mi punto de vista es analizar verdaderamente la influencia que tienen los medios en las elecciones, esa es una tarea fundamental para poder legislar de manera adecuada y poner límites porque no puede ser que los medios sean los que determinen nuestras proyecciones sociales, culturales, económicas, no puede ser porque son intereses específicos muy claros, no son intereses que representen a toda la sociedad, representan a particulares, entonces se necesita revisar con mucho detalle eso y por otra parte la labor del instituto-partidos tiene que ser muy fuerte, combinadas con acciones de gobierno para difundir valores democráticos y promover la cultura cívica pero esto es algo que debe analizarse con mucho detalle y tener acciones muy precisas y muy concretas que van incluso digo yo, desde la formación preescolar que es donde hay que poner fundamental atención yo creo que son futuras generaciones las que pueden dar el salto, éstas no, estas ya no porque de alguna manera están muy contaminadas por ese auge de los mass media entonces hay que educar a las nuevas generaciones a convivir con los mass media pero*

de una manera racional a efecto de que seamos los hombres y las mujeres los que determinemos los comportamientos sociales y no una pantalla de televisión.

El domingo 3 de Octubre del 2004 el periódico de la Jornada publicó una entrevista con el Senador del Partido Acción Nacional Javier Corral Jurado, en la cual anunció que está listo el anteproyecto de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión en el que se propone un nuevo régimen de concesiones para evitar monopolios y fijar reglas sobre la contratación de publicidad política.

Los cambios fundamentales que se proponen en el anteproyecto de la LFRT son:

- ✓ Crear un órgano autónomo, separado de cualquier autoridad política, para que con independencia de los poderes, con perfil ciudadano sea el que vigile y de cumplimiento a la legislación en materia de radio y televisión.
- ✓ Establecer un sistema diferente, con criterios objetivos para la asignación de frecuencias del espectro radioeléctrico mediante tres figuras: la concesión, el permiso y la autorización de explotación directa.
- ✓ Se imponen límites a la propiedad en medios electrónicos de comunicación, una especie de reglas antimonopólicas, que favorecen la competencia entre los actuales actores y posiblemente otros nuevos.

Porque según expresa el Senador *“En ningún país sucede. No hay una sola empresa que acapare 80 por ciento del mercado publicitario ni de la audiencia como ocurre con Televisa. Esa es la realidad por eso sienten y aspiran a ser los que manden en el país, porque además conocen que en muchos sentidos la clase política es chata y rabona y los tienen bien medidos. Es inconcebible pero cierto: las televisoras y en especial la de Emilio Azcárraga, todos los días nos demuestran su poder y todos los días se agacha la clase política, pues hasta se burlan de ellos. Como el caso de los videoescándalos. Sí, en los medios electrónicos la*

queja constante es que la democracia mexicana es muy cara, pero imponen tarifas políticas hasta 10 veces más altas del valor comercial y para poderles pagar los partidos recurren cada vez con más frecuencia a las vías ilegales de financiamiento. Luego en la televisión denuncian la perversidad en que cae la política.”⁵⁹

Una de las reformas tiene que ver con que se propone que sea el Instituto Federal Electoral quien administre y distribuya los tiempos que por ley corresponden al estado para usarlos en campañas electorales. Que se prohíba la venta de espacios publicitarios en radio y televisión a los partidos políticos, ya que esta actividad está distorsionando la relación entre partidos, candidatos, medios y la ciudadanía.

El senador Javier Corral argumenta las razones que imperan para iniciar este proceso de reforma que terminaría con el grave problema del manejo informativo en procesos electorales:

“ Lo peor de todo ello es que además de quedarse con la mayor parte de los recursos públicos que reciben los partidos políticos, todavía regañan a los políticos, desprestigian a la política, al Congreso, atentan contra las instituciones, promueven el escándalo, se quejan de lo caro que cuesta la democracia y el sistema de partidos.

Las televisoras son incapaces de renunciar a lo que los partidos les entregan por la vía del financiamiento público, recursos cuantiosos convertidos en spots de 30 segundos donde no se hace ningún tipo de propuesta. Antes los que querían obtener un cargo de representación popular iban a Bucareli ahora van a Chapultepec 18, donde además los tratan con soberbia y prepotencia infinita. La política y los políticos deben preguntarse si eso es lo

⁵⁹ Javier Corral Jurado, *La Jornada*, 3 de octubre de 2004.

que quieren.”⁶⁰

Por su parte el jueves 7 de octubre el hasta entonces presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la radio y la televisión CIRT manifestó al presidente Vicente Fox que no aceptarían la propuesta de disminuir el tiempo y el dinero que los partidos políticos gastan en los medios electrónicos durante las campañas electorales.

En fin creo que si se lleva a cabo la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión permitiría a los partidos políticos, pero sobre todo a los ciudadanos, el acercarnos hacia un sistema electoral y de partidos más democrático, refrendado por la participación ciudadana que se logre a partir de una información objetiva, cierta e imparcial. Por lo pronto quedará en el tintero la rayuela del 8 de octubre.

“¿Y porqué no entregar de una vez a la televisión la organización de elecciones? Así en vez de campañas tendríamos Big Brother y los electores podrían ganar camionetas con sus votos”

⁶⁰ Javier Corral Jurado, *La Jornada*, 3 de octubre de 2004.

CAPÍTULO 4

LA ENCUESTA

4.1 METODOLOGÍA

El objetivo de este trabajo es determinar si el alto porcentaje del abstencionismo tiene que ver con los hábitos informativos de los ciudadanos u obedece a otras causas. Para ello se elaboró una encuesta que se aplicó en el municipio de San Martín de las Pirámides, Estado de México, en el mes de agosto del año 2000, un mes después de haberse llevado a cabo la elección, en la cual se renovó a los integrantes del ayuntamiento, se tomó una muestra de ciudadanos que no participaron, es decir no votaron, aplicándoseles una encuesta para conocer sus hábitos informativos.

El motivo por el cual se eligió al municipio de San Martín de las Pirámides tiene que ver con la oportunidad laboral de participar como Vocal Ejecutiva de la Junta y Presidenta del Consejo Municipal del mismo municipio, sin embargo lo más importante es haber tenido acceso a la lista nominal utilizada durante la jornada electoral, en la cual los representantes de los partidos políticos en cada casilla electoral llevan el registro de las personas que acudieron a votar.

Cabe señalar que la lista nominal es un documento expedido por el Registro Federal de Electores y como ya se ha señalado, contiene el registro de los ciudadanos que una vez cumplida la mayoría de edad han tramitado y cuentan con su credencial para votar, documento necesario para ejercer su derecho al voto, sin embargo la lista nominal es un documento confidencial, que los órganos electorales locales solicitan al Instituto Federal

Electoral mediante convenio para su utilización en los procesos electorales.

El artículo 135 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en el numeral 3 precisa: *“Los documentos, datos o informes que los ciudadanos proporcionen al Registro Federal de Electores, en cumplimiento de las obligaciones que les impone la Constitución y este Código, serán estrictamente confidenciales y no podrán comunicarse o darse a conocer, salvo cuando se trate de juicios, recursos o procedimientos en que el Instituto Federal Electoral fuese parte, para cumplir con las obligaciones previstas por éste Código en materia electoral y por la Ley General de Población en lo referente al Registro Nacional Ciudadano o por mandato de juez competente”*⁶¹.

Por su parte el numeral 4 expone: *“Los miembros de los Consejos General, Locales y Distritales, así como de las Comisiones de Vigilancia, tendrán acceso a la información que conforma el padrón electoral, exclusivamente para el cumplimiento de sus funciones y no podrán darle o destinarle la finalidad u objeto distinto al de la revisión del padrón electoral y las listas nominales”*⁶².

Lo antes señalado, justifica el posible carácter atemporal de la encuesta, la lista nominal es un documento confidencial y aún más el voto de los ciudadanos *“el voto es universal, libre, secreto y directo”*⁶³, de modo que contar con el documento y hacer un uso distinto al señalado es un delito. Sin embargo, su uso representó la mejor forma de acceder a la información de primera fuente.

Una vez elegido el lugar y el momento para aplicar las encuestas, se determinó que

⁶¹ Instituto Federal Electoral, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, México, IFE, 2000.

⁶² Idem.

⁶³ Ibidem.

serían 200 las encuestas a realizar, sin embargo una vez que se inició con su aplicación se redujo a 50 como número mínimo de la muestra, en virtud de que se encontraron como limitantes:

- ✓ Encontrar el domicilio específico que pudiera parecer una ventaja pero en las secciones rurales, es decir, fuera de la cabecera municipal simplemente eran domicilios conocidos, lo cual impidió la localización de algunos ciudadanos.
- ✓ Localizar a la persona en particular, al abstencionista, ya que los horarios de trabajo, escuela y visita coincidían poco, además por que el voto es secreto siempre se trató de que la aplicación de la encuesta fuera discreta, cotidiana y de ninguna manera presionar o intimidar a los ciudadanos porque cuestionaban el porqué se requería de dicho ciudadano en particular, situación que ponía en peligro la confidencialidad de la lista nominal y el sufragio.
- ✓ Se encontraron casos de cambio de domicilio, por lo tanto la persona que se requería ya no podía ser localizada.
- ✓ Casos de ausencia temporal por viajes, por razón de trabajo o personal.
- ✓ Personas que ya habían fallecido.
- ✓ Y finalmente aquellos ciudadanos que se negaron a contestar la encuesta, cuestionando el ¿porqué? precisamente a ellos se les aplicaba.

Nunca se notificó al ciudadano la fuente informativa respecto de la abstención de su voto, se le explicó que era un trabajo escolar en el cual se hizo un muestreo y había

resultado seleccionado y así continuar con el carácter de confidencial que implica el ejercicio del sufragio.

Estas limitantes son en la mayoría de los casos, consecuencia de la falta de actualización en la lista nominal, que es responsabilidad en primera instancia del ciudadano por no notificar a tiempo, los cambios hechos de su credencial para votar y porque además existe un período previo al día de la elección, en que los órganos electorales convocan incluso a través de los medios de comunicación, a los ciudadanos a verificar que aparezcan y que sus datos estén correctos en la lista nominal, para evitar así omisiones que impidan ejercer su derecho al voto. Por otro lado, el trabajo de algunas instancias gubernamentales, como el registro civil, no es el adecuado ya que deben enviar mensualmente a la oficina estatal del Registro Federal de Electores el reporte de las personas fallecidas y así cancelar su registro en la lista nominal.

Una vez expuestas las razones que propiciaron la reducida muestra, continuemos con la exposición de los datos que fundamentaron y dieron origen a la aplicación de la encuesta.

El municipio de San Martín de las Pirámides está localizado en la parte noreste del Estado de México, colinda hacia el norte con los municipios de Temascalapa y Axapusco, al sur con Teotihuacan, al oriente con Otumba y al poniente con Temascalapa y Teotihuacan. La superficie del territorio municipal es de 70 kilómetros cuadrados, incluyendo la isla municipal de Santiago Tepetitlán. El municipio está dividido políticamente de la siguiente manera:

CUADRO NO. 32
LOCALIDADES DE SAN MARTÍN DE LAS PIRÁMIDES

NOMBRE	CATEGORÍA
San Martín de las Pirámides	Cabecera municipal (villa)
Álvaro Obregón	Caserío
Ixtlahuaca	Pueblo
Tezompa	Caserío
El Saltito	Caserío
San Antonio de las Palmas	Ranchería
San Pablo Ixquitlán	Pueblo
Santiago Tepetitlán	Pueblo
Santa María Palapa	Pueblo
San José Cerro Gordo	Caserío
San Marcos Cerro Gordo	Caserío
Las RR (Club campestre)	Ranchería
Los Chopos	Ranchería

FUENTE: Propia.

Los servicios con que cuenta el municipio, se ubican en la cabecera municipal tales como: correo, telégrafo, teléfono, equipamiento urbano, educativo, en el de salud cuentan con un consultorio y con las instalaciones del ISSEMYM para consulta externa, respecto a los servicios culturales, cuentan con una biblioteca municipal y recreativos con una cancha de fútbol rápido . Mientras que en las demás comunidades aún persisten los rezagos y las limitaciones ya que no cuentan con dichos servicios.

La economía municipal básicamente se sustenta en la actividad primaria agrícola, en la cual cultivan el nopal tunero, el xoconostle, nopal de verdura y en menor cantidad la siembra de maíz y otras leguminosas además de la ganadería, en el sector secundario que representa la industria destacan: dos fábricas de pintura, una de velas, una de suelas, una de mosaico, tres de bloca, dos de tubos de concreto, dos de tabique cuatro de hule y cuatro de plástico y cinco maquiladoras de resortes; así como a nivel artesanal veintiún talleres de

obsidiana para la elaboración y el comercio de las artesanías. El sector terciario observó un fuerte incremento en la última década, en 1994 reportó un total de 629 establecimientos, generalmente relacionados con el sector turismo.

Debido a lo antes expuesto la estructura ocupacional, se ha inclinado principalmente a la agricultura, talleres de obsidiana, barro y platería, talleres donde se trabaja el hule, comercio y al turismo ya que parte del municipio rodea al circuito arqueológico de Teotihuacan en donde han establecido establecimientos gastronómicos y artesanales. Se observa que en el municipio existen pocas fuentes de empleo y la generación de los mismos ha sido muy lenta.

Hay un total de establecimientos educativos repartidos en preescolar, primaria, secundaria y un bachillerato que atiende a un total de 4,723 estudiantes, que equivales a un 27.97 % de la población total de 4,723 estudiantes. Por lo tanto se concluye que las escuelas son insuficientes en el nivel superior lo que ocasiona que los jóvenes que desean cursar el nivel superior se trasladen al Distrito federal o al Estado de Hidalgo, en busca de una oportunidad.

En el último Censo de Población y Vivienda del año 2000 que llevó a cabo el INEGI reportó una población de 19,689 habitantes 50% hombres y 50.1% mujeres, se reportaron 4,446 viviendas y el promedio de habitantes por vivienda es de 4.43%.

Por otro lado en lo que se refiere a asuntos electorales el municipio de San Martín de las Pirámides forma parte del distrito 39 local junto con los municipios de Acolman, Teotihuacan, Otumba, Axapusco, Nopaltepec y Temascalapa y al 5º distrito federal con sede en Teotihuacan al que se agregan además de los municipios anteriores los de Tecámac, Tezoyuca y Tepetlaoxtoc.

El padrón electoral con corte al 27 de enero del mismo año correspondiente al municipio es de 10,984 ciudadanos, es decir, aquellos que han cumplido 18 años y de los cuales se tiene registro. Por su parte la lista nominal con corte al 17 de enero es de 10,426 ciudadanos, que cuentan con su credencial para votar. Por lo tanto existe una diferencia entre ambos de 558 ciudadanos los cuales aún tramitan la credencial y se suman a la lista de ciudadanos que no votaron, por carecer del documento.

PADRÓN ELECTORAL	LISTA NOMINAL	DIFERENCIA
10,984	10,426	558 ciudadanos

La votación total emitida fue de 7,928 votos-personas por lo que existe una diferencia de 2,498 ciudadanos que no asistieron a las urnas y que son objeto de análisis por parte de éste estudio, casi representan el 25% del total. De éste universo se visitó al 10% de los ciudadanos en 6 de las 14 secciones electorales (que es el territorio geográfico el cual según la ley puede albergar como máximo a 1500 electores), estas se eligieron al azar de modo que se visitaron secciones ubicadas en la cabecera municipal, pero también en algunas de las comunidades o pueblos. De las 200 encuestas programadas sólo 50 pudieron concluirse ya que a continuación se detalla la problemática encontrada y que es válida dentro del trabajo para conocer otras causas que propiciaron el abstencionismo:

No. de casos	Causas de no encuesta
31	Domicilio conocido
28	Cambio de domicilio
23	Ausencias temporales
32	Negativas
11	Decesos
25	Extravió su credencial para votar
50	Encuestas aplicadas

200

UNIVERSO

El primero de los impedimentos que se tuvo para localizar al ciudadano: domicilio conocido, tiene que ver con la operatividad en la realización de la muestra, pues como se ha señalado, se trata de rancherías o caserío disperso dentro del municipio lo cual retrasó y dificultó el trabajo en campo sin tener una respuesta favorable, a éste grupo de ciudadanos no podemos excluirlos del grupo de los abstencionistas pues se desconoce la causa de su omisión.

Por lo que respecta al cambio de domicilio, se trató de casos en los cuales los ciudadanos habían emigrado a otro país o estado del territorio nacional, sin que el ciudadano haya reportado su movimiento para dar de alta el nuevo domicilio. Cabe señalar que cuando existen estos casos el ciudadano aparecerá en la lista nominal del lugar donde haya reportado su domicilio por última vez, por que sucede que alguna persona cuente con más de una credencial con domicilio distinto y les funcione para hacer válido algún trámite administrativo, lo cual permite el ejercicio de actividades ilícitas al no estar actualizado el documento. Sin embargo para fines electorales el ciudadano votará en el domicilio reportado por última vez. Aunque pareciera que este grupo no corresponde a los abstencionistas, en realidad se desconoce su opinión al respecto.

Las ausencias temporales, se refirieron a aquellos casos en que los ciudadanos sea por motivo de estudio o trabajo habitan temporalmente en otra ciudad, pues como se precisó en páginas anteriores el municipio no cuenta con la infraestructura educativa y de empleo suficiente, lo cual propicia la emigración de sus habitantes, por lo tanto no se les puede eximir del adjetivo de abstencionistas.

Por su parte las negativas fueron a dos situaciones diferentes aunque con el mismo fin: la primera se refiere al hecho de no aceptar la visita, negar su presencia al momento de la misma y la segunda al propio acto de contestar la encuesta, caso en el que se distingue

claramente su apatía y desinterés por los asuntos relacionados con la política, a ellos obviamente se les incluye con los abstencionistas.

El caso de los muertitos si es irreversible, se trata de exciudadanos que involuntariamente son considerados abstencionistas por omisiones.

La pérdida de la credencial para votar con fotografía si es una causa de la abstención de su voto, las leyes así lo establecen, ciudadano que no presente el documento al momento de ejercer su derecho al voto, está impedido de hacerlo; con o sin convicción política partidista. Así es que en ese sentido los morosos que no han tramitado su credencial quedan dentro del grupo de apáticos y desinteresados en participar, pues es del conocimiento de todas las importancias que tiene dicho documento en los procesos electorales.

4.2 EL CUESTIONARIO

El capítulo anterior informa, detalla el procedimiento, la forma en que se buscó la información, en el presente se aborda la otra cara de la moneda, es decir el fondo, el contenido la información que se desea que se pretende conocer.

Para ello se elaboró un cuestionario que inspeccionara, indagara las causas y razones de los abstencionistas de tener tal comportamiento. Se prepararon preguntas para conocer los hábitos informativos de los ciudadanos, su conocimiento en relación con los procesos electorales, la cultura política y la participación ciudadana; pero específicamente en tres reactivos la (s) causa (s) que motivaron su abstención y en contraparte se les invitó a dar propuestas que motiven a la gente a votar.

Se integraron los datos de identificación general del encuestado, sexo, edad, escolaridad, ocupación, religión que permiten identificar algunas el entorno en que se desenvuelven, como parámetros en la interpretación de los resultados, de la información obtenida.

El cuestionario contiene 33 reactivos, de los cuales la mayoría son por opción múltiple y algunas preguntas que se dejan abiertas para que el ciudadano exprese sin condicionamiento los argumentos de su respuesta.

El cuestionario que se utilizó para llevar a cabo la encuesta, se localiza en el Apéndice No. 2 para consultar el instrumento que se utilizó para adquirir la información y que permitió la realización del análisis particular como general de cada una de las opciones presentadas, esto es en las Gráficas del Anexo No. 1 y concluir así: si los medios de comunicación interfieren en la decisión de votar o no en estos ciudadanos abstencionistas.

4.3 LOS RESULTADOS

En primera instancia es necesario conocer el perfil de los encuestados: se trato de ciudadanos jóvenes el rango más alto fueron 16 de ellos es decir el 32% tiene de 24 a 29 años, el segundo rango de 12 jóvenes que representan el 24%, los rangos menos frecuentes oscilan entre los 48 y 59 años que representan cada uno el 4% del universo, por lo tanto advertimos, que los abstencionistas son ciudadanos jóvenes.

Respecto al género fue intencional hacerlo equitativo 52% de hombres y 48% de mujeres. Con relación a la religión que profesan, se observa que sí se encuestaron a personas con diferente religión al catolicismo, aunque ésta no dejó de ser la principal con un 70 % de

los encuestados, cabe señalar que la segunda opción se refiere a que sólo cree en Dios, es decir no cree en las instituciones, los métodos o representantes de ninguna religión mismos que representan al 16%. En este apartado también se encuentra una causa más de abstencionismo ya que los testigos de Jehová no participan en los procesos electorales de ninguna forma, pues manifiestan que ellos son gobernados por el reino de Dios y no por el de ningún candidato o partido político.

El 98% de los encuestados saben leer y escribir así que por lo menos cuentan con el segundo grado de primaria, pero mejor hay que conocer los datos específicos. El 28% que es el rango más alto cuenta con nivel de secundaria ya sea completa o incompleta, el segundo rango más alto en lugar de ascender, descendió con un 20% de encuestados con estudios de nivel básico (primaria), por lo tanto casi la mitad de los encuestados cuenta con un nivel de escolaridad básico. Por su parte los que cuentan con estudios profesionales representan tan sólo el 14%. El 36% restante lo comparten el nivel técnico o comercial y el bachillerato.

Respecto a su ocupación actual el 62% se dedica a trabajar, son empleados, el 26% al hogar y un insignificante 10% estudia, por lo tanto el 40% tiene un negocio propio, empatados con el 20% cada uno están el ser empleado de gobierno ó empleado de una empresa privada, finalmente el 14% que estudia.

En forma general podemos decir que la población encuestada o abstencionistas son jóvenes indistintamente hombres o mujeres que profesan la religión católica y que cuentan con escolaridad de nivel básico secundaria o primaria, los cuales 6 de cada 10 se encuentra ya inmerso en el mercado laboral con un negocio propio y casi 3 de cada 10 dedicadas al hogar, dejando el 1% a la población que estudia, a pesar de que es joven no lo hace principalmente por falta de recursos económicos pues en lugar de estudiar trabajan.

Ahora continuamos con la segunda parte la medular en el trabajo de investigación: los hábitos informativos.

Respecto de los noticieros televisivos, de los cuales se propusieron todas las opciones de televisión abierta del horario nocturno es decir de las 10 de la noche: el 86% manifiesta haber visto el de Joaquín López Doriga, la segunda opción con el 78% es el de Javier Alatorre, por lo tanto son los dos canales con mayor audiencia. Por su parte el menos visto es el de CNI canal 40 el cual solo es visto por el 4% de los encuestados.

Cabe señalar que podían haber elegido una o más de las opciones que se presentaron, lo importante era saber sólo si lo habían visto. Por su parte respecto a las preferencias el noticiario de Hechos con el 76% de audiencia, le secunda el de Joaquín López Doriga y el que menos prefieren es el de CNI canal 40 con Ciro Gómez Leyva y Denisse Maerker con el 96%, secundado por el noticiario del canal local de televisión: Hoy por Hoy de Televisión Mexiquense con un 76% de no preferencia y en tercer lugar el noticiario Enlace del canal 11 con un 74%. Estos datos resultan ser muy importantes ya que es claro que los medios de comunicación, a través de los que se informan no se caracterizan por ser los más objetivos, por el contrario acuden a la información más parcial y manipulada o tendenciosa.

Respecto a los noticieros radiofónicos, existe una diferencia abismal entre esta opción y la televisiva aquí solo el 24% de los encuestados escucha la radio, es decir uno de cada cuatro, el noticiario que menos escuchan es el de Héctor Lechuga de Radio Fórmula, los más escuchados son el de José Gutiérrez Vivó con un 22% y el de Ricardo Rocha con un 12%. Aquí se concluye que el público de la radio es muy escaso y selecto, realmente los que acuden a ella, lo hacen con la intención real de escuchar a un líder de opinión en particular y no como en la televisión en la cual por tratarse del horario con mas audiencia se elija casi indistintamente alguno de los dos canales más importantes 2 y 13 depende de la telenovela

que con antelación prefieran.

En relación con los medios informativos escritos el 50 % de los encuestados manifiesta leer el periódico, cifra que es muy pobre para considerar a los abstencionistas como personas informadas, ahora hay que conocer de esa mitad del universo cual es la opción a la que acuden: con un 12% prefieren al extinto periódico Excélsior, en segundo lugar con el mismo porcentaje se encuentra a la Jornada y a La Prensa con el 10%.

CONCLUSIONES

El abstencionismo generado en nuestro país, se debe a distintas causas entre las que destacan: el tipo de consulta, la competitividad en las elecciones, la naturaleza del sistema de partidos y la normatividad que regula el ejercicio del voto.

Respecto a la primera que refiere el tipo de consulta, se demostró que el proceso electoral concurrente del año 2000, es decir celebrado en misma fecha a nivel federal y local en este caso, para el Estado de México; fue determinante para los mexicanos, particularmente los mexiquenses para los cuales la elección presidencial alcanzó un grado mayor que la de su entorno: de ayuntamientos. La escala de importancia del tipo de elección, de acuerdo al interés que genera en los ciudadanos no es congruente con su ámbito, el primero es el federal, en segundo término el municipal y en tercer lugar el estatal. Es decir, Presidente de la República, Ayuntamientos y Gobernador, suceden en importancia la de diputados locales y en último lugar la elección para senadores y diputados federales la más lejana del interés ciudadano ya que pocas veces se reflejados y realizados sus intereses por dichos cargos.

La segunda y tercer causa tienen una relación estrecha, la competitividad de los partidos políticos tiene que ver con el desempeño y la vigencia que tenga cada uno en el momento (prestigio o desprestigio). Tiene que ver con el candidato propuesto y lo más importante: el posicionamiento que alcance en campaña, con ayuda de los medios de comunicación, que se relaciona directamente con la cantidad de recursos dispuestos para la campaña electoral. Tal es el caso de la elección federal, en donde la campaña de Vicente Fox aplastó a la de ayuntamientos, las cuales no se publicitan en radio y televisión.

Agregamos también que el mensaje en las campañas electorales, ha pasado a segundo término, los partidos políticos se limitan a presentar a los candidatos como producto de consumo, resultado de la mercadotecnia en la cual utilizan atajos informativos, los cuales se refieren a la presentación diseñada o creada, del candidato: música, colores, ropa, peinado. Estos distraen la racionalidad de los espectadores, olvidando el contenido de su campaña: el plan de gobierno, la plataforma electoral, las propuestas, el plan de trabajo, la ideología que los sustenta, etc. Ahora los ideólogos y políticos son desplazados por el marketing, El discurso propositivo no cabe más en esta nueva forma de comunicación política.

El sistema de partidos en nuestro país prácticamente no existió hasta la década anterior. El sistema fue calificado como la dictadura perfecta, pues a pesar de que existieron uno o dos partidos, la alquimia electoral funcionaba eficientemente en virtud de que los organizadores tenían su oficina en la Secretaría de Gobernación. Se trató de un partido de estado, el cual proponía y gobernaba. Actualmente, existe la autoridad electoral y el sistema de partidos se ha fortalecido y representado en las distintas esferas de gobierno. Se logró la alternancia en ésta última década del siglo y el país dio la bienvenida al nuevo siglo con el cambio de partido en el gobierno. El electorado ancestro estuvo acostumbrado a la idea de un solo partido, actualmente el electorado vive otras circunstancias que se acercan más a la democracia.

Se retoma la tesis de Bobbio, la cual señala que el abstencionismo se manifiesta en dos esferas: de carácter individual y grupal. La primera tiene que ver con los factores personales, psicológicos y precisamente el proceso electoral del 2000, manifestó el límite a la tolerancia: expresó el cansancio de los mexicanos del mal gobierno que no se preocupó por mejorar las condiciones de vida en el país, por el contrario las diferencias se acentuaron cada vez más.

El carácter grupal se representó, para el caso que nos ocupa, en la ciudadanía que volcó la mirada a la elección federal olvidando la propia, la influencia de la campaña de Vicente Fox y el ánimo de la gente por un cambio determinó el voto a favor del mismo partido en las distintas elecciones, es decir no hubo voto diferenciado. El Partido Acción Nacional en el distrito 39 con cabecera en Otumba, integrado por siete municipios, obtuvo el triunfo en tres de ellos: San Martín de las Pirámides, Axapusco y Temascalapa, además la diputación federal, la local y la senaduría, es decir, todo. El municipio vecino de Ecatepec, enorme por la cantidad de población que alberga y por la importancia política que representa como distinguido priísta, obtuvo en sus cuatro distritos, cuatro diputaciones federales, dos locales y la presidencia municipal.

Sin embargo, la participación obtenida en la elección federal fue de 41.2 % y a nivel local de .

El abstencionismo es un problema que tiene efectos no sólo en nuestro país sino en el resto del mundo, el porcentaje más alto lo ocupa el bloque de América del Norte y el Caribe con un 49.43% en Estados Unidos la elección presidencial supera el 55%, le suceden los países de Asia y Oceanía con el 41%, en tercer lugar se ubica a América Latina con el 37.4%, en cuarto lugar Europa del este y la ex URSS con 34% y en último lugar Europa occidental con un 25% , no cabe duda que se hace camino al andar, los países de Europa a los que les anteceden las civilizaciones más antiguas del mundo así lo manifiestan.

En nuestro país, el Partido Revolucionario Institucional (con sus variaciones) gobernó durante 70 años, éste es el primer sexenio nacido de la alternancia en el poder. Gracias al desencanto por la corrupción y el mal gobierno que le antecedió así como a la participación que las nuevas generaciones han mostrado, los partidos políticos han alcanzado su propósito: acceder al poder, pero aún así, falta mucho más porque la participación no

debe ser propia de los tiempos electorales, sino de forma permanente.

Contrarrestar el abstencionismo aprueba, reafirma, el interés de las autoridades, los partidos políticos y los ciudadanos por mejorar el gobierno que eligieron y por lo tanto su condición de vida, mejora la gobernabilidad del país en pocas palabras legitima la elección.

Por su parte la cultura política que se traduce en participación ciudadana, no existe, por lo menos en nuestro país. En un estudio publicado por el Instituto Federal Electoral en el cual se determinó por país la importancia que dan los ciudadanos a determinadas actividades determinaron este orden: familia, trabajo, amigos, religión y política en diferentes porcentajes pero finalmente la política es la última actividad que interesa.

En la Segunda Encuesta Nacional de Participación Ciudadana abordaron el tema de las instituciones no confiables y las confiables. En las primeras destacan los partidos políticos, la policía y los sindicatos y en la segunda los medios de comunicación, la iglesia, el Instituto Federal Electoral y el ejército.

Ma. De los Angeles Maya Gordillo expresa: el verdadero quehacer de la política no debe ser sólo el acceso al poder, sino una actividad encaminada a procurar la existencia del hombre en comunidad, que sea la política un espacio donde se adopten decisiones entre el gobierno y la sociedad, para el bien público. Retomar la democracia no sólo como forma de gobierno sino como forma de vida diaria: involucrar los asuntos públicos en el proceso de toma de decisiones individual, que atañen a la colectividad.

Es importante para la autoridad- gobierno: informar, fomentar, proponer como sustento del ejercicio de gobierno la participación ciudadana y se asuma este ejercicio como propio. A los ciudadanos nos resta involucrarnos, conocer cada una de las formas de

participación ciudadana en los distintos ámbitos y hacerla valer en el momento indicado.

El Estado de México una de las entidades más importantes política, económica y socialmente del país, se integra por una población joven, tres cuartas partes oscilan entre los 0 y 34 años paradójicamente con un bajo nivel educativo de los casi 5 millones de mexicanos el 20% tiene primaria, el 30 % secundaria, el 15% primaria incompleta. En el año 2000 el 43.4% de la población era económicamente activa. Por lo tanto, la población es joven con un bajo nivel educativo y la mitad es productiva. El 86% de la población se concentra en las zonas urbanas en diez de los 125 municipios y el resto en zonas rurales.

Dicha entidad es en muchos de los ámbitos incluidos el electoral, punta de lanza por sus características, para el resto de los estados. El Instituto Electoral del Estado de México es después del IFE uno de los órganos electorales locales más importantes. Su padrón electoral ocupa el segundo lugar después del Distrito Federal, con miras a rebasarlo por contar con el territorio suficiente para albergar a una cantidad igual o mayor a la que tiene a diferencia del Distrito Federal, de manera que en algunos años será el estado más grande e importante del país en todos los ámbitos.

A pesar de que el IEEM es una institución joven creada hace 8 años, en constante renovación, debe modificar su programa de educación cívica y participación ciudadana que se limita a tiempos electorales, al igual que su estructura descentralizada, actividad a la cual se le resta importancia por la vigencia que tiene. Su legislación es y debe ser perfectible.

El éxito que alcanzó el IEEM tiene que ver con su capacidad de cobertura y organización eficiente en los procesos electorales, además de cargar con el peso político que implica para los actores. Sin embargo, fue visto que las campañas electorales rebasaron por mucho a la ley en materia electoral, la cual solo regula el uso de los medios propiedad del

estado. Los particulares de la iniciativa privada o concesiones no se contemplan. Si bien es cierto que esta laguna ha tratado de subsanarse mediante los topes de campaña, también es cierto que el 80% de los recursos otorgados los invierten en las campañas mediáticas.

En los procesos electorales, las campañas del partido que logra reunir mas recursos es aquel que tiene mayor popularidad entre los ciudadanos, quien no tiene presencia en los medios obtiene el mismo resultado con el electorado, la frecuencia determina la presencia de los contendientes.

En este momento las campañas mediáticas son inevitables, se caracterizan por ejercer un excesivo gasto, por ser frívolas, por su falta de contenido de un deslumbramiento por la imagen contra la lucidez, un desuso de la palabra, dominadas or el dinero y no por la soberanía, carecen de legitimidad porque no son reconocidas por el electorado que por el contrario, se abstiene de ejercer su derecho al voto. Hay una carencia de credibilidad y legitimidad.

Las campañas electorales mediáticas implican una dictadura del spot, dominada por una veintena de negocios privados que explotan un bien de la nación, promoviendo a los partidos políticos obteniendo ganancias jugosas del erario público. Se concentra en muy pocas manos el poder comunicativo, no tienen competencia son muchos medios en pocas manos; agregamos a ello el hecho de que las instituciones políticas públicas como son los partidos políticos y la autoridad electoral, se han convertido en clientes de los medios masivos de comunicación, en lo que han denominado "mediocracia".

Pero lo mas grave, e importante es que una de las reglas básicas es que no se puede ser juez y parte, por lo tanto los medios no pueden ser jueces, no pueden hacer señalamientos imparciales y objetivos de la actividad política, de los partidos o candidatos ya que ellos

comercian los espacios dentro de sus canales de comunicación, se realiza un pago por la prestación de sus servicios, entonces si es de esta forma, no tendrían porqué opinar al respecto, esta idea está muy bien expresada por el Senador Javier Corral *“Lo peor de todo ello es que además de quedarse con la mayor parte de los recursos públicos que reciben los partidos políticos, todavía regañan a los políticos, desprestigian a la política, al Congreso, atentan contra las instituciones, promueven el escándalo, se quejan de lo caro que cuesta la democracia y el sistema de partidos”*.

El presente trabajo ha tratado de demostrar que la autoridad electoral (federal y local) no cuenta con los mecanismos legales para controlar el uso y abuso de los partidos con sus prerrogativas, especialmente la compra de espacios en los medios de comunicación en campañas electorales; los cuales generan campañas parciales, desiguales, inequitativas y no por la capacidad del candidato o el proyecto de gobierno que propongan sino por carecer de los recursos económicos para ser competitivo con aquel que los tiene.

El Estado de México, como se ha señalado a pesar de ser uno de los estados más importantes económica, política, social y cultural por su cercanía con la capital del país, por los recursos que genera y aporta, porque alberga gran cantidad de mexicanos que emigran de diferentes estados en busca de mejores oportunidades y que no tienen cabida en el Distrito Federal, es un estado poco preocupado por contar con una estructura o sistema de información y comunicación eficaz principalmente porque se enfrenta al problema geográfico, ya que por una parte está el Valle de Anáhuac y por otra al Valle de Toluca, lo cual dificulta su eficiencia.

En la entidad el Sistema de Radio y Televisión no cuenta con cobertura geográfica total, sólo en el área urbana y el Valle de Toluca que tienen cobertura, no tienen raiting, entonces no es el canal de comunicación necesario para los habitantes del estado, los

mexiquenses tenemos que acceder obligadamente a los medios nacionales principalmente los electrónicos. Con relación a la prensa uno de los más arraigados en el medio, por tradición es el Sol de Toluca entre otros, el cual sólo se distribuye allá: en el Valle de Toluca. Generalmente por áreas o municipios se ofertan periódicos locales, que más bien ofrecen la nota roja de la región, por lo tanto los ciudadanos interesados en informarse, obligadamente acceden a la prensa nacional, en la cual la información solicitada es escueta y resumida en la sección de "Estados".

En el capítulo III se abordaron los hábitos informativos de los mexicanos y mexiquenses, destaca el papel de la televisión como el principal canal de ¿comunicación, información?, el cual no sólo en tiempo de elecciones sino cotidianamente se conduce en sentido opuesto. Desafortunadamente es el medio de mayor acceso y penetración, gran parte de la población cree informarse a través de él.

El trabajo informativo de los medios y en particular de la televisión no se ha cumplido porque además de informar poco informa mal, en ocasiones para beneficiar a la clase política y/o económica. El hecho de dar noticias no incluye las nociones básicas que se debe tener para entenderlas. Podemos estar informados de acontecimientos pero no del saber. Padecemos la subinformación, desinformación, informar es comunicar un contenido, decir algo.

Los medios masivos no son de comunicación, sino de información, debido a la falta de interacción entre el emisor-receptor. La interacción implica el intercambio de significados. Los medios sólo son un vehículo de la información. Existe una cantidad de factores que inciden en lo que se dice. El emisor no existe en un vacío social, forman parte de una estructura.

Los medios brindan los estándares y parámetros a partir de los cuales “deben ser” comprendidos, explicados y analizados los fenómenos sociales, el quehacer político. La comunicación es un eslabón fundamental en la cadena que relaciona las decisiones individuales con la actividad política. El nivel educativo permite una mayor capacidad de comprensión del lenguaje comunicativo de la política.

Para Sartori hemos dejado de ser un homo “sapiens” (producto de la cultura escrita) para transformarse en un homo “videns” para el cual las cosas representadas en imagen cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras. Prepondera lo visible sobre lo inteligible lo cual según Sartori nos lleva a un **ver sin entender**.

Los resultados del monitoreo hecho a la televisión, radio y prensa por el Instituto Federal Electoral durante la campaña del proceso electoral del año 2000, indicaron que la información fue tendenciosa siempre favoreciendo al Partido Revolucionario Institucional con gran inequidad para el resto de los partidos, el mismo comportamiento se observó en las entidades. Es claro que dicho partido hizo uso de todo su potencial económico, político y social para ganar la elección, viéndose en su momento tan vulnerada.

La elección presidencial siempre causa grandes expectativas y ésta no fue la excepción, en este momento vivimos anticipadamente la próxima campaña presidencial, inundado el ambiente político nacional de propaganda política negra.

En entrevista al Licenciado Miguel Angel Juárez Franco, consejero electoral del Consejo General del IEEM, manifestó que para el instituto es prioritario hacer difusión de los mensajes encauzados a la organización de las elecciones y no la correspondiente a los partidos políticos debido al presupuesto con que cuentan, además de que eso es labor ellos mismos. Manifestó que la cantidad de recursos que destinan los partidos políticos en las

campañas electorales es impresionante, solamente el 80% en las campañas mediáticas, que es dinero del fisco, de todos los ciudadanos que se entrega a la iniciativa privada al monopolio de los medios de comunicación.

Por su parte el monitoreo hecho para el Instituto Electoral del Estado de México la elección local (ayuntamientos y diputados) presentó gran disparidad la competencia mediática se la disputaron el PAN y el PRI mismos que gozaron de mayor financiamiento. El medio al que tuvieron menor acceso fue la televisión, ¿motivo? los costos, el PRI tuvo 28 notas contra 25 del PAN, PRD 12, para cualquier televidente estas cifras no serían creíbles, sin embargo por tratarse de elecciones para ayuntamientos y diputados la cobertura era complicada, ahora el procedimiento fue mediante campañas genéricas que hacen los partidos con spots refiriendo a los candidatos del partido.

Con relación a la prensa la diferencia en los espacios adquiridos fue abismal respecto de la televisión, en ésta el PRI alcanzó casi las 2000 notas contra 700 del PAN y 400 del PRD, se trata de un medio más accesible en costos evidentemente, pero también determina la tendencia hacia aquel que tuvo mayor posibilidades de estar presente.

Tal y como lo expresó el consejero Juárez Franco, el tiempo otorgado por el estado a los medios de su propiedad, fue utilizado en su totalidad acertadamente por el PRI con 30 notas el PAN con 20, el PRD con 15 al igual que el PT, hay que destacar que para la transmisión de estas notas los partidos tuvieron que desembolsar el costo de producción de los mismos.

Finalmente respecto a la cobertura que tuvieron los medios en la elección local fue la radio con casi 14,000 spots para el PRI en seguida la televisión con 3,300 spots para el mismo partido y finalmente la prensa con 280 inserciones en el mismo sentido. Esto expresa

claramente hacia que medios de comunicación encauzan los partidos políticos sus recursos.

Para concluir, los datos señalados con anterioridad demuestran en primer lugar que los partidos políticos volcan sus recursos en la compra de campañas mediáticas, que aquel que tiene mas recursos es más conocido. Sin embargo, paradójicamente, aquel que gastó más (PRI) no fué el que obtuvo el triunfo, el porcentaje mas alto del electorado lo alcanzaron los abstencionistas y en segundo lugar los ciudadanos votaron por la opción que representó el cambio del partido en el gobierno, manifestando su inconformidad con él.

Los resultados de la encuesta hecha en el municipio de San Martín de las Pirámides, la cual demuestra la desinformación y apatía ciudadana por los procesos electorales, los partidos políticos a pesar de acceder a los medios masivos. Se desarrolló en un área rural, el porcentaje mas alto de los encuestados manifiesta contar con estudios de nivel básico en el caso de las mujeres se dedican al hogar y los hombres trabajan en su mayoría por cuenta propia.

Respecto a sus hábitos informativos se obtuvo que el 86% accede a los noticieros informativos, la radio es mucho menos escuchada el noticiero de Gutiérrez Vivó fue el más escuchado por el 24%. La mitad de los encuestados leen periódico, el ejemplar más leído es Excelsior seguido por la Prensa y la Jornada, lo leen una vez a la semana interesándose por la sección de política nacional. El 76% de los encuestados refirieron haberse enterado de las elecciones a través de la televisión.

La opinión que les merece la política es desfavorable y su papel frente a ella se expresa en la frase me gusta estar informado (por la televisión) pero no participo, el 62% tiene una mala opinión de los partidos políticos porque solo representan sus intereses.

Las causas por las que manifiestan no haber votado son; el 36% que advierte no creer

en los candidatos, el 34% que no cree en ningún partido político y en tercer lugar con un 12% la incredulidad hacia el proceso electoral argumentando que siempre hay alguna trampa o fraude. El 8% argumenta una razón distinta a las propuestas como el no contar con la credencial para votar, el haber salido de viaje o no aparecer en la lista nominal, situaciones que en cumplimiento de la ley les impiden ejercer su derecho al voto, por lo menos la primera y la segunda. El 6% que no cree en la democracia como sistema de gobierno y un 4% no cree en el IEEM como órgano encargado de la organización de las elecciones.

Refieren conocer más los candidatos de la elección federal que de la local, no asistieron a los actos de campaña de los candidatos y tampoco conocieron sus plataformas electorales, opinan que votarían por el partido que se empeñara en mejorar las condiciones de vida, ahora el voto lo emiten por el candidato y no por el partido.

El abstencionismo según la opinión de Juárez Franco y la propia se reduce a un asunto de cultura cívica ciudadana y lo que se debe hacer para erradicarlo es legislar adecuadamente para poner límites porque no puede ser que los medios sean los que determinen nuestras proyecciones sociales, culturales, económicas, no puede ser porque son intereses específicos muy claros, no son intereses que representen a toda la sociedad.

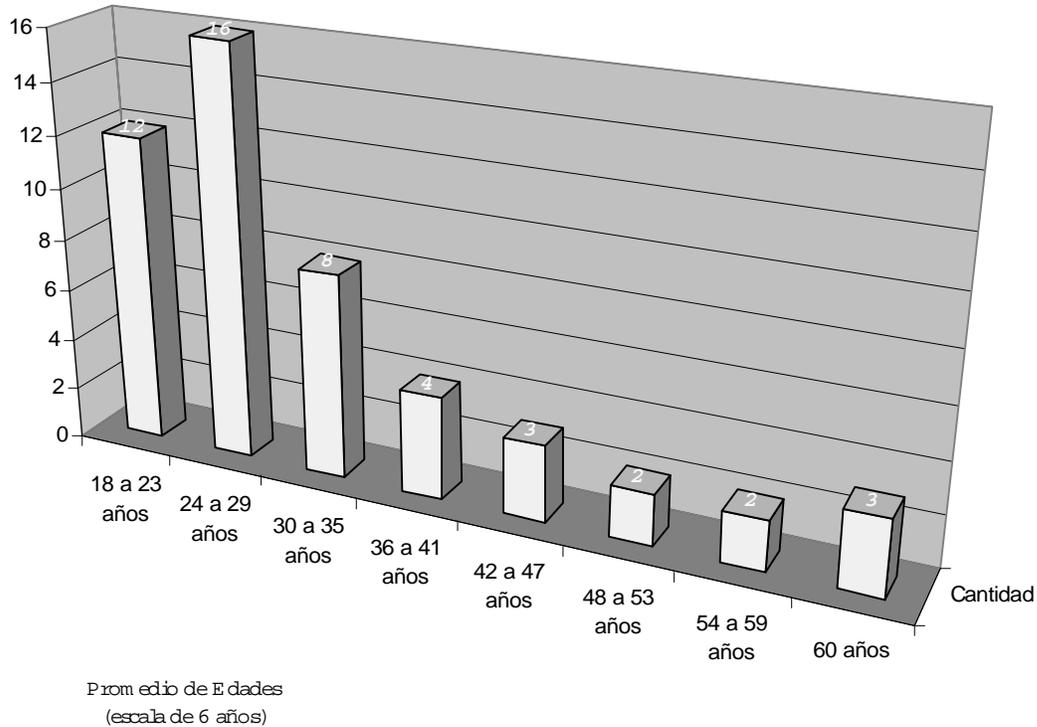
En este momento el Senado de la República ha puesto el dedo en la llaga al proponer una reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión la cual tiene como propósito regular el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación en tiempos de campañas electorales, se propone que el IFE sea el que administre los tiempos en los medios electrónicos, sin que haya un pago de por medio, es decir, se propone que el estado haga uso de sus recursos en este caso del tiempo necesario en campañas electorales sin hacer ningún tipo de erogación.

Será un buen proyecto el que se pueda consolidar, que no es nada fácil, ya que está de por medio grandes intereses económicos que los medios perciben por publicidad en tiempos electorales, hay que recordar que durante todo el año hay procesos electorales en el país y los concesionarios por lo pronto ya se manifestaron en contra de la propuesta señalando que “es un atentado contra la democracia”, ¿será?, o es que los políticos están rendidos a los intereses de los concesionarios, sabemos que santo no es visto, no es venerado.

El verdadero problema es que los concesionarios tienen el poder mediático, el económico y ahora el político. El estado rescata su soberanía o será sustituido por los medios de comunicación de los cuales ya somos rehenes.

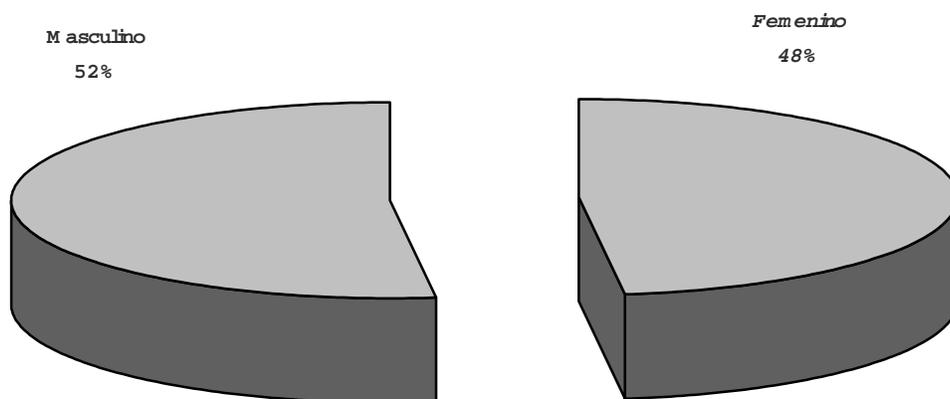
ANEXO NO. 1

Promedio de edades de los Encuestados



En primera instancia es necesario conocer el perfil de los encuestados cuyo universo es de 50. Se trató de ciudadanos jóvenes, el rango más alto de 16 de ellos es decir el 32% tiene de 24 a 29 años, el segundo rango de 12 jóvenes que representan el 24% cuentan con 18 a 23 años.

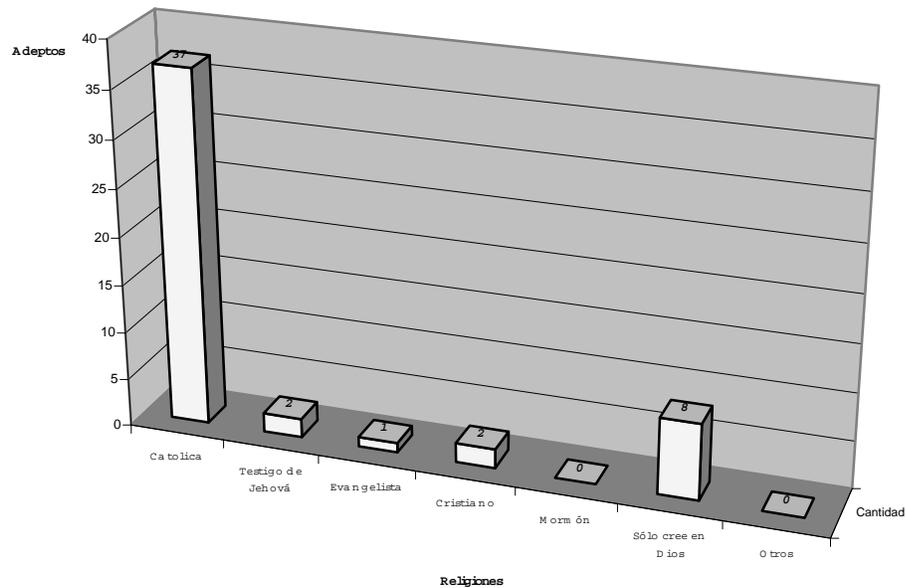
Los rangos menos frecuentes oscilan entre los 48 y 59 años que representan cada uno el 4% del universo, por lo tanto advertimos, que los abstencionistas son ciudadanos jóvenes.

Porcentaje por género

Respecto al género fue intencional hacerlo equitativo 52% de hombres y 48% de mujeres, con el objeto de conocer su comportamiento y razones de cada uno respecto al abstencionismo.

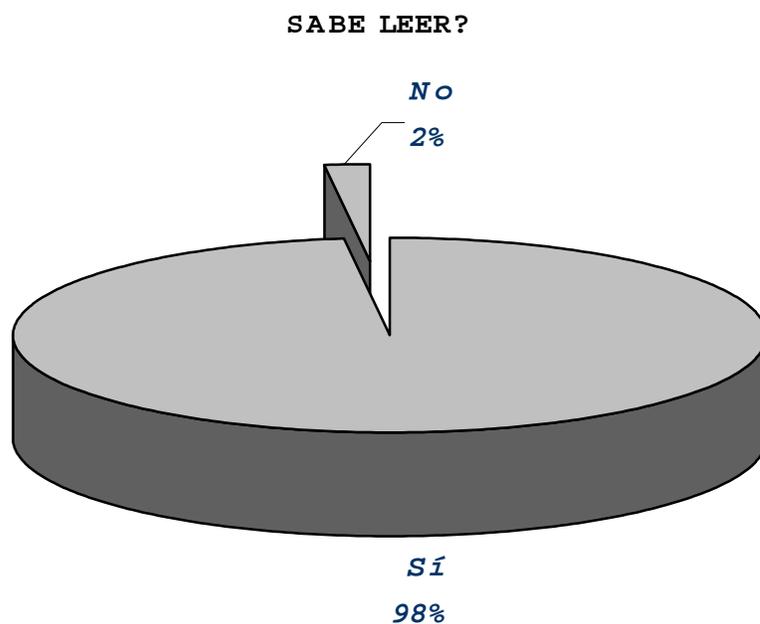
Además de ser un referente sociológico de la población en el municipio y en el universo atendido en este trabajo.

Religión que profesan



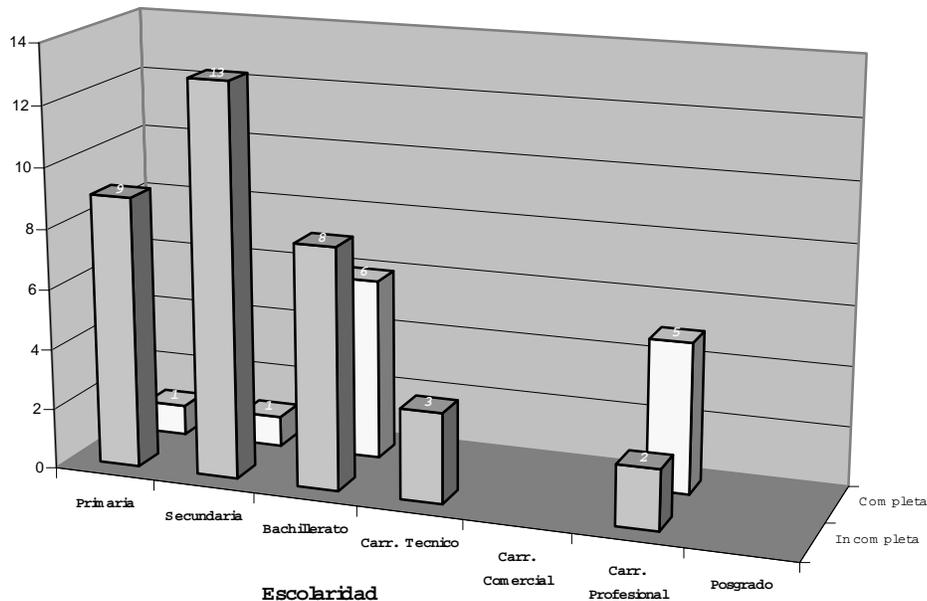
Con relación a la religión que profesan, se observa que se trató de encuestar a personas con religión diferente al catolicismo, aunque ésta no dejó de ser la principal con un 70% de los encuestados, cabe señalar, que la segunda opción sólo cree en Dios, es decir, no cree ni en las instituciones, ni en los métodos ni en los representantes de ninguna religión alcanzó un 16%.

En el tercer rango se encuentra una de las causas del abstencionismo ya que los testigos de Jehová manifiestan no participar en los procesos electorales de ninguna forma, pues dicen que ellos son gobernados por el reino de Dios y no por el de ningún candidato o partido político, y por lo mismo tienen estrictamente prohibido participar en cualquier actividad de esta índole.



A pesar de que se trata de un municipio rural, el 98% de los encuestados sabe leer y escribir así que por lo menos cuentan con el segundo grado de primaria, pero mejor hay que conocer los datos específicos.

NIVEL DE ESTUDIOS

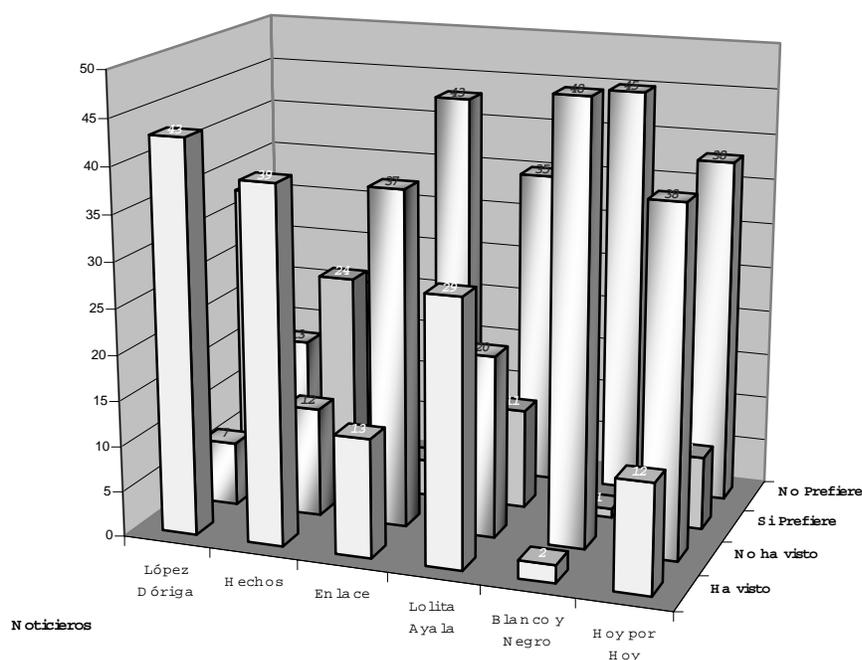


El 28% que es el rango más alto cuenta con nivel de secundaria ya sea completa o incompleta. El segundo rango descendió respecto de la escolaridad con un 20% de los encuestados que cuentan con estudios de nivel básico (primaria), por lo tanto casi la mitad de los encuestados cuenta con un nivel de escolaridad básica.

Por su parte los que cuentan con estudios profesionales representan tan sólo el 14%. El 36% restante lo comparte el nivel técnico y el bachillerato. Nadie cuenta con estudios de posgrado.

Por lo tanto se concluye que los abstencionistas son ciudadanos con un grado mínimo de escolaridad.

NOTICIEROS DE TELEVISION MAS VISTOS

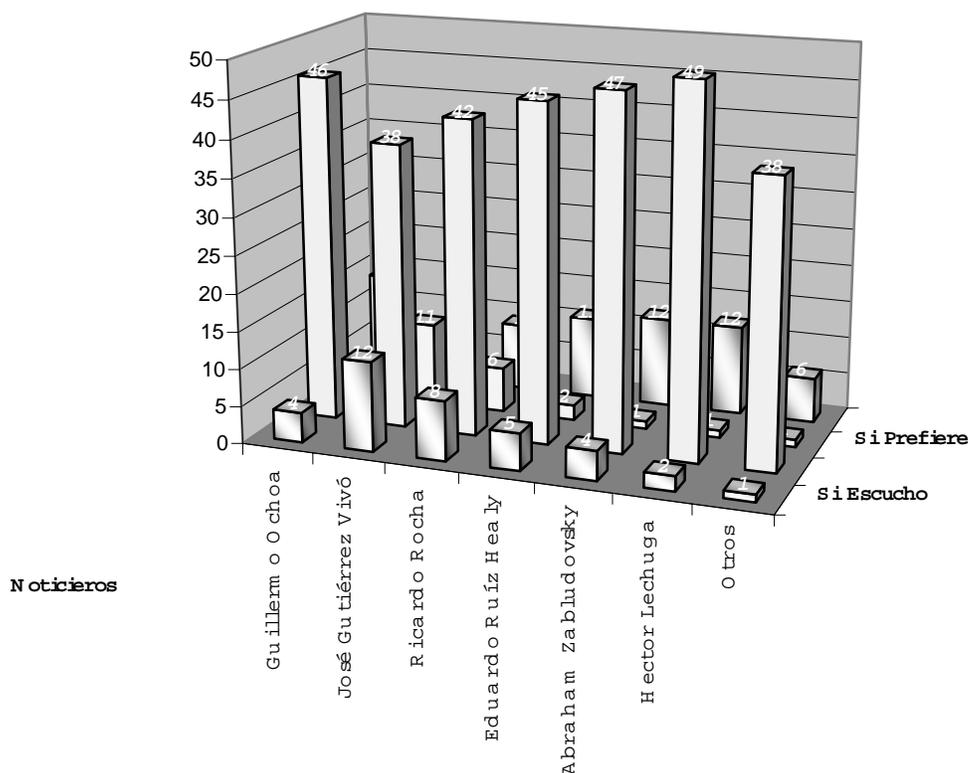


Respecto de los noticieros televisivos, de los cuales se propusieron todas las opciones de televisión abierta en el horario nocturno, es decir, de las 10 de la noche: el 86% manifiesta haber visto a Joaquín López Doriga, la segunda opción con el 78% a Javier Alatorre, entonces los mas vistos son el 2 y el 13. El noticiero menos vistos CNI canal 40, al cual solo lo conocen el 4% de los encuestados.

Cabe señalar que podían haber elegido una o más de las opciones, lo importante era conocer si lo habían visto o no. Por su parte respecto a las preferencias se tiene a Hechos con el 76% de audiencia, le segunda Joaquín López Dóriga. Nuevamente los menos preferidos: CNI canal 40 con Ciro Gómez Leyva y Denisse Maerker con el 96%, enseguida el noticiero del canal local: Hoy por Hoy de Televisión Mexiquense con un 76% de no preferencia y en tercer lugar Enlace del canal 11 con un 74%.

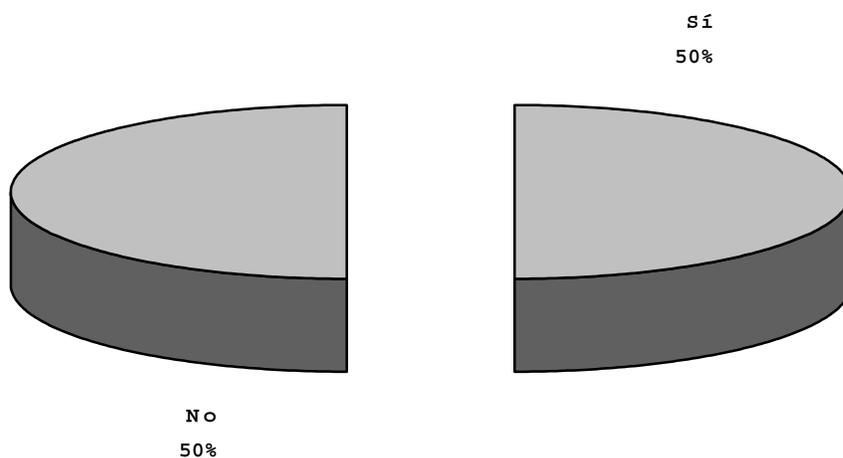
Estos datos resultan muy importantes ya que es claro que las fuentes de información, no se caracterizan por ser las más objetivas, por el contrario acuden a la información más parcial y manipulada o tendenciosa.

Noticieros de Radio de Mayor Audiencia



Respecto a los noticieros radiofónicos, existe una diferencia abismal entre esta opción y la televisiva aquí solo el 24% de los encuestados escucha la radio, es decir uno de cada cuatro, el noticiero con menor audiencia es el de Héctor Lechuga de Radio Fórmula, los más escuchados son el de José Gutiérrez Vivó con un 22% y el de Ricardo Rocha con un 12%.

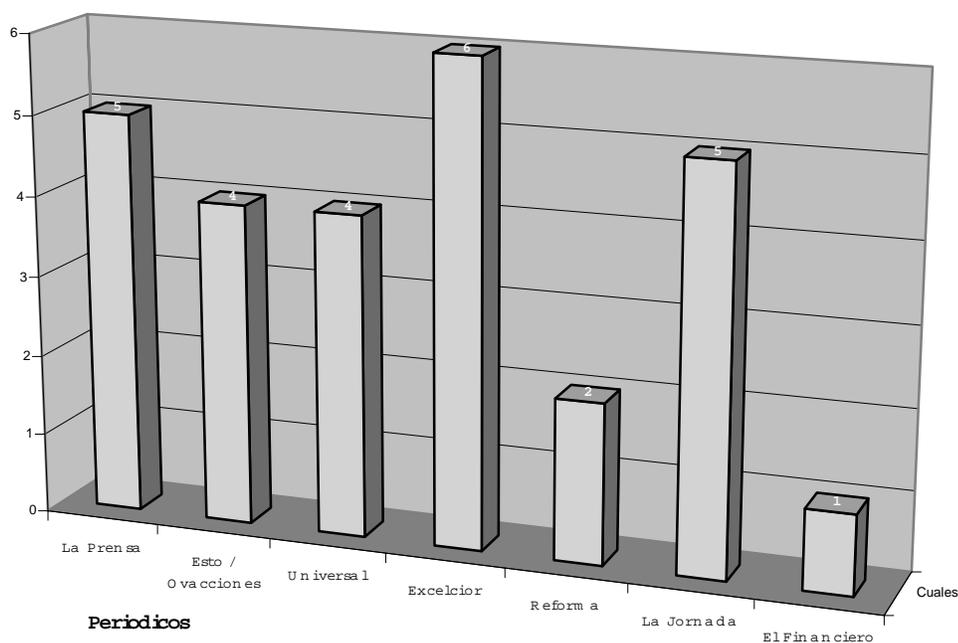
Aquí se concluye que el público de la radio es muy escaso y selecto, realmente los que acuden a ella, lo hacen con la intención real de escuchar a un líder de opinión en particular y no como en televisión en donde por tratarse del horario con mas audiencia se elije casi indistintamente alguno de los dos canales más importantes 2 y 13 dependiendo de la telenovela que con antelación prefieran.

PORCENTAJE DE LECTORES DEL PERIÓDICO

Con relación a los medios informativos escritos el 50 % de los encuestados manifiesta leer el periódico, cifra que representa la mitad del universo como informada por dicho medio, sin embargo ahora es menester desagregar un poco más éste importante sector informado por la prensa: conocer cual es la opción de su preferencia y cuáles son los temas que prefieren leer.

Lo anterior, porque a simple vista este indicador refleja a una sociedad informada hasta ahora por los tres medios de comunicación mas importantes: televisión, radio y prensa.

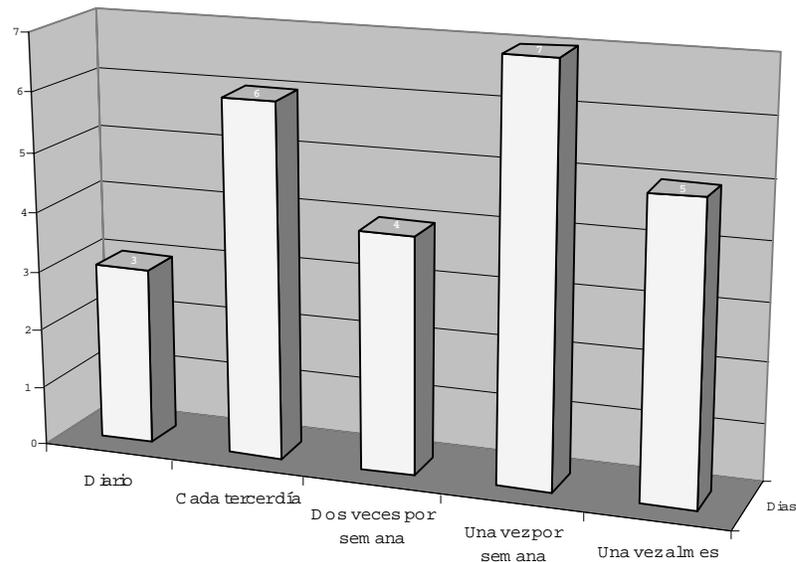
PERIÓDICOS CON MAYOR DEMANDA



Respecto a la opción del medio escrito de los 50 ciudadanos que leen el periódico 6 leen el Excelsior, en segundo lugar hay un empate con cinco lectores cada uno La Jornada y La Prensa, en tercer lugar otro empate con 4 ciudadanos el Esto/Ovaciones y el Universal, en cuarto lugar con 2 lectores el periódico Reforma .

Por su parte el menos conocido es el Financiero el cual solo es leído por una persona. El 40% son ciudadanos que acceden a periódicos de nota roja como La Prensa o a los de deportes. Veamos ahora que tipo de información desea obtener el 60% restante.

FRECUENCIA EN LA LECTURA DEL PERIÓDICO



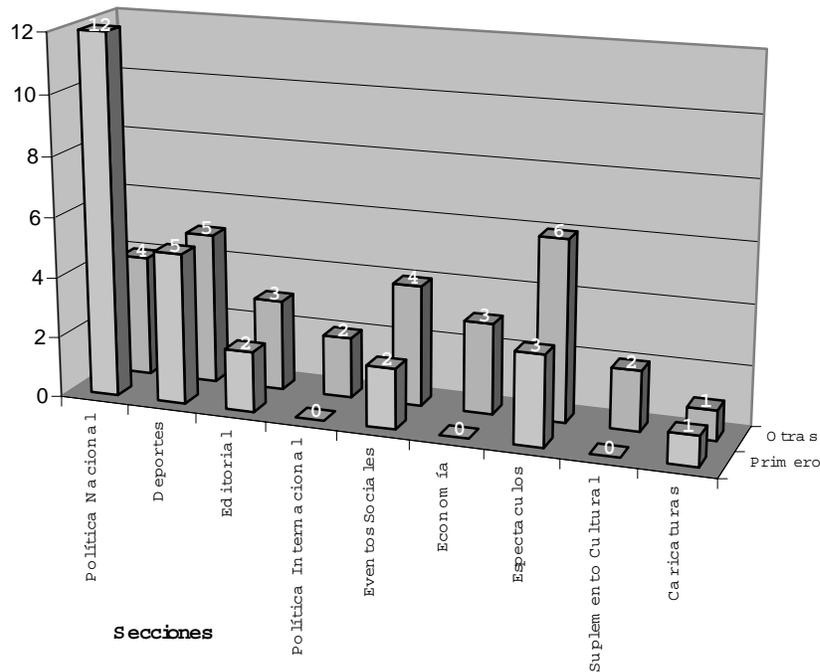
De los 25 ciudadanos que leen el periódico y de los cuales 16 tienen una fuente de información distinta a deportes y nota roja el mayor porcentaje que fue del 28% lee el periódico una vez a la semana, el 24% lo lee cada tercer día, el 20% una vez al mes, el 16% dos veces por semana y finalmente el 12% como último lugar la lectura diaria del periódico.

¿Cuál será la frecuencia necesaria para que un ciudadano se considere informado, diario, cada tercer día?

Continúo en lo dicho, depende de la información que le interese leer, porque puede estar muy informado en asuntos distintos al que en este trabajo se aborda, las campañas electorales, los candidatos, la cultura política.

Entonces, además de estar informado, es menester crear en los ciudadanos un interés por los asuntos públicos, la cultura política y por supuesto la participación ciudadana.

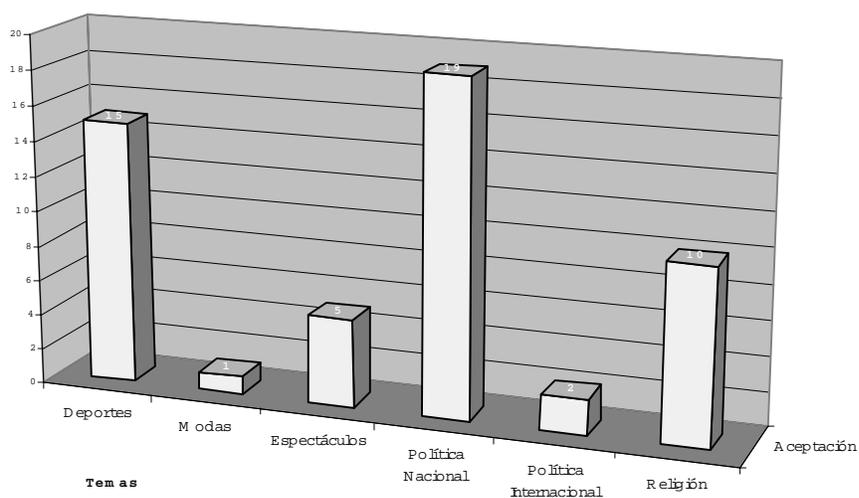
Secciones del Periódico que Prefiere



Los ciudadanos sí prefieren a la política nacional como tema principal de lectura en el periódico, es decir, el porcentaje de encuestados que se inclinan por el medio escrito lo hacen con el objetivo de informarse acerca del estado que guarda la política de nuestro país, lo cual pareciera lógico ya que somos los ciudadanos los que nos beneficiamos o padecemos el ejercicio del poder de los representantes que elegimos así como de las políticas que implementan en su ejercicio.

De modo que como primera opción de lectura se encuentra en primer lugar política nacional y en segundo lugar la sección deportiva. Paradójicamente como segunda opción, el primer lugar lo ocupa la sección de espectáculos y el segundo nuevamente la sección deportiva.

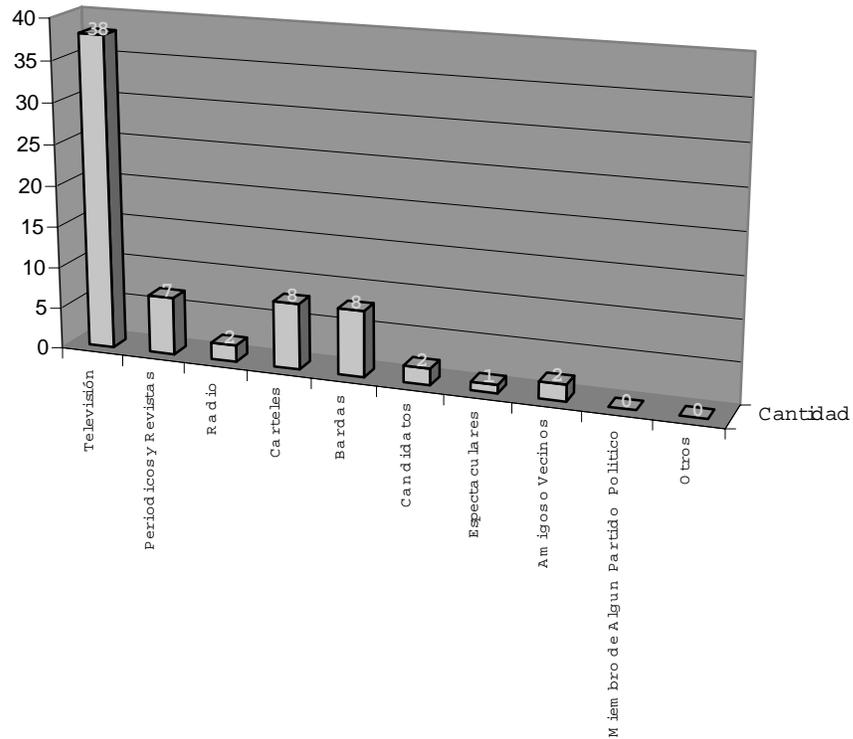
TEMAS DE CONVERSACIÓN



Con respecto a los temas de conversación que entablan cotidianamente se confirma que la política nacional es un asunto de interés para el 38% de los encuestados, opuesto a lo anterior pero muy de cerca se encuentra el tema de los deportes el cual es del interés del 30%, en tercer lugar una nueva opción se incorpora y con una considerable frecuencia: la religión se aparece con un 20% de aceptación.

Quedan con porcentajes muy bajos los temas de espectáculos con el 10%, política internacional con un 4% y finalmente el tema de modas con un 2%.

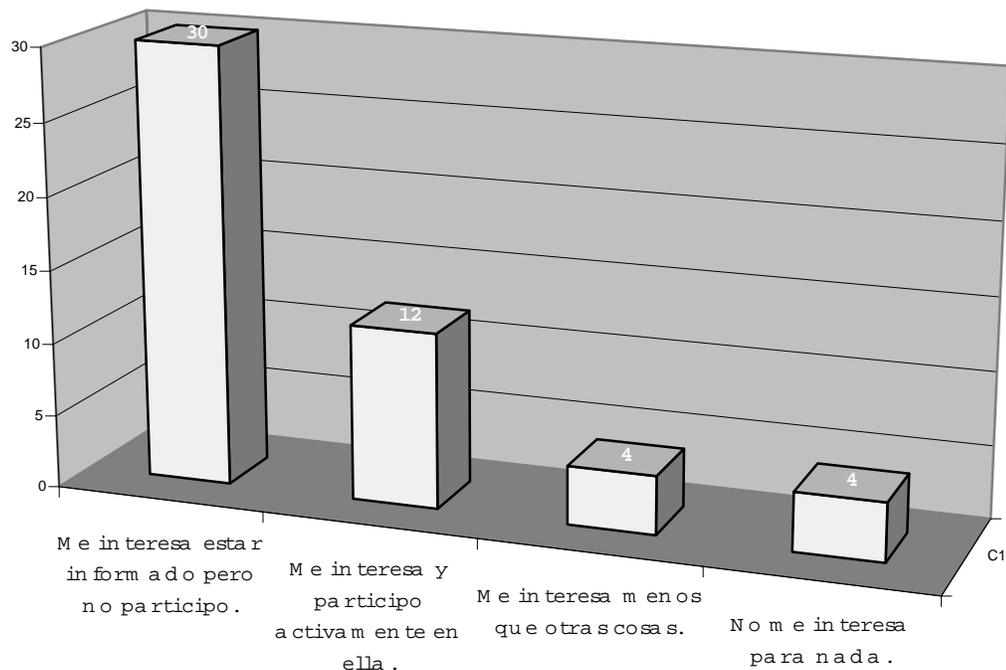
Porqué medio se enteró de las Elecciones y las Campañas Políticas



Esta pregunta es determinante en la elaboración de este trabajo, ya que señala con claridad, cual es la fuente de información? de los ciudadanos el cual es representado por la televisión con un 76%, con empate y en segundo lugar de forma muy local es decir, cerca de su lugar de residencia el 16% se informa a través de carteles y bardas respecto de los asuntos electorales, en tercer lugar un raquítrico 14% mediante periódicos y revistas comparado con el primer lugar.

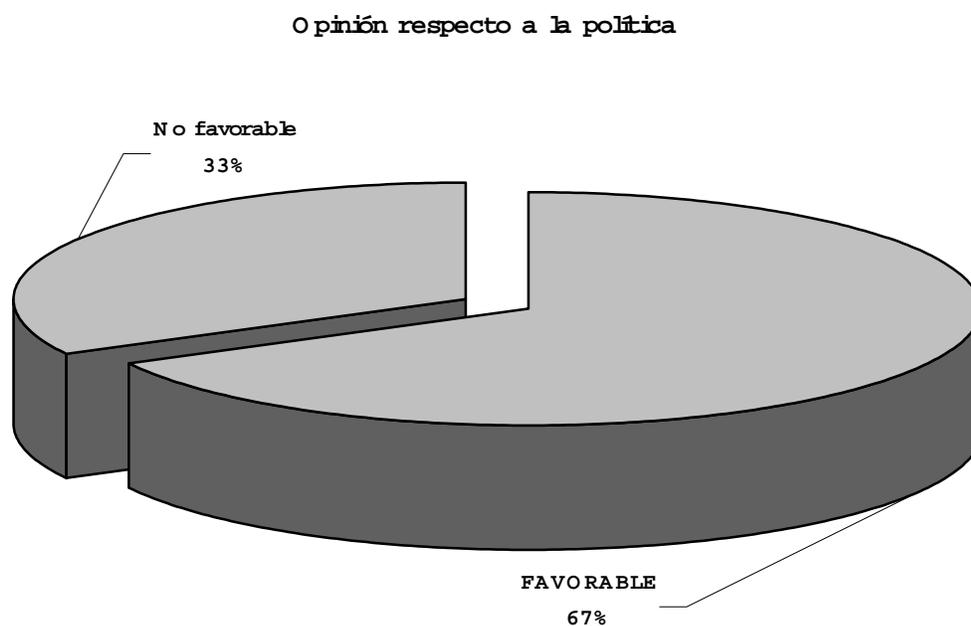
Las opciones que no fueron representativas como el radio y la difusión hecha por los propios candidatos quedaron en un insignificante 4%.

Frase que describe el interés en la política



El segundo cuestionamiento más importante del trabajo, sintetiza en una pregunta lo que se trata de demostrar, ya que además de estar informada, la ciudadanía manifiesta un comportamiento que, en el mejor de los casos debería ser activo, sin embargo esta gráfica concluye que el comportamiento ciudadano culmina en una actitud pasiva de no participación en los asuntos relacionados con la política.

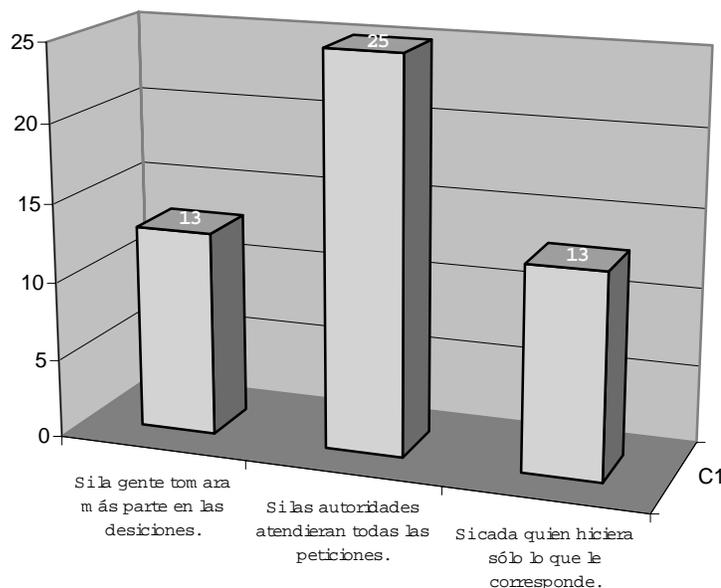
Entonces el 60% de los encuestados con relación a su interés por la política, manifiesta adoptar una actitud pasiva de me interesa estar informado pero no participo, el 24% por su parte manifiesta interesarse y participar activamente en ella ¿es propiamente el tema político la causa de su abstencionismo? o ¿resulta más fácil que los demás decidan?.



El resultado obtenido respecto de la opinión que se tiene de la política es que el 67% tiene una opinión favorable, es decir más de la mitad de los ciudadanos encuentra las virtudes, el lado positivo en el ejercicio de la actividad política, en donde los aciertos u objetivos que de la política vale más que las descalificaciones o defectos derivados de su ejercicio y sus representantes mismos que representan al 33% de los encuestados los cuales tienen una opinión no favorable de la política.

Entonces puede darse respuesta al cuestionamiento hecho en la página anterior, no es el desinterés por el tema de la política la causa de su abstencionismo, al parecer lo que no interesa es la participación ciudadana activa, habrá que indagar las razones.

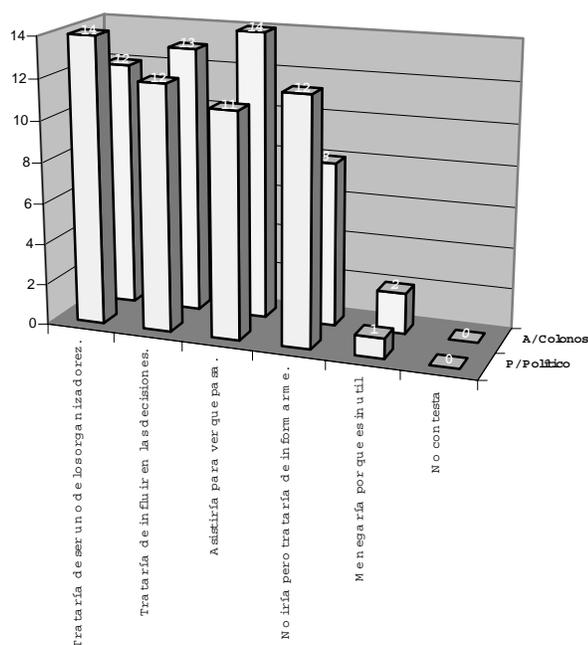
Opciones para mejorar al país



Nuevamente se refrenda, se constata la actitud de delegar en los demás la responsabilidad de mejorar al país, hasta ahora, en ningún momento se ha expresado la responsabilidad ciudadana adquirida al formar parte de un país en el cual el ejercicio de la política "debe" ser en aras del beneficio de la ciudadanía.

La mitad, el 50% de los encuestados opina que el país mejoraría si las autoridades atendieran todas las peticiones formuladas por la ciudadanía, el otro 50% se distribuye equitativamente entre las otras dos opciones en que finalmente el 25% asume la responsabilidad que implica su participación en los asuntos derivados de la política, en este caso la responsabilidad de elegir a los gobernantes mediante las elecciones.

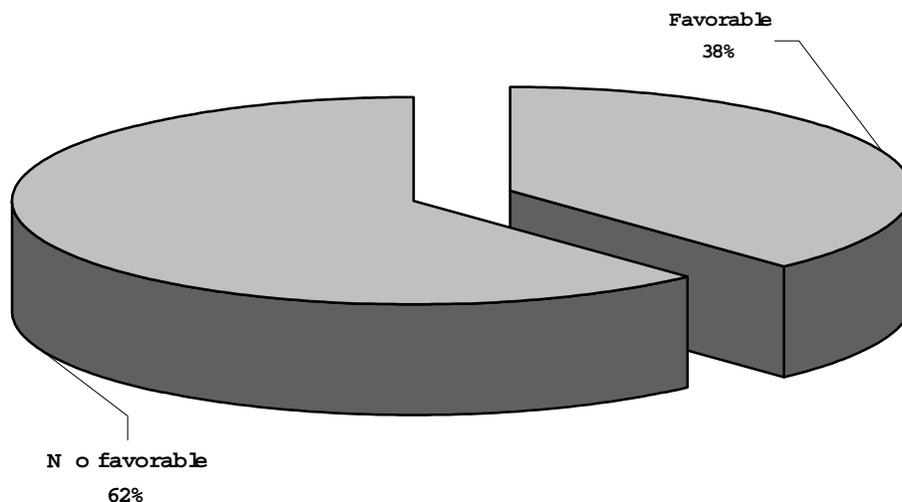
Participaría en un Partido Político o en una Asociación de Colonos



Esta pregunta reafirma los resultados que se han obtenido en preguntas anteriores respecto a la nula o mínima participación de los ciudadanos en asuntos relacionados con la política, se les dió a elegir dos opciones en las cuales ellos pudieran participar de manera activa, la primera en un partido político con el objeto de conocer el interés por la misma y la segunda opción dentro de una asociación de colonos en la cual no se destaca a la política sino su labor de participación, de interés, por mejorar las condiciones de vida en su espacio más cercano.

Los resultados obtenidos respecto a la cifra más alta de participación son los siguientes: en la primer opción 14 de 50 ciudadanos es decir al 28 % le interesaría ser uno de los organizadores dentro de un partido político, por su parte en la segunda opción, el mismo 28% asistiría a una asociación de colonos para ver que pasa.

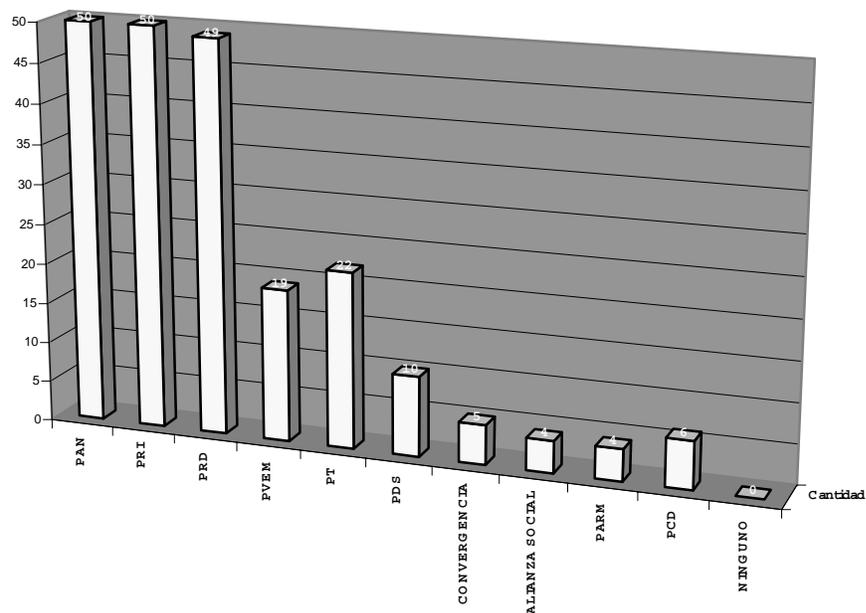
Opinión de los Partidos Políticos en General



Paradójico a lo expresado en una de las preguntas anteriores acerca de su opinión respecto de la política, en la cual los ciudadanos manifestaron una opinión favorable hacia ella, en esta opción en la cual se les cuestiona la opinión que merecen para ellos los partidos políticos, éstos salen muy mal librados con un 62% que tienen una opinión no favorable contra un 38% que sí opina favorablemente de ellos.

Por lo tanto, hasta ahora los ciudadanos manifiestan un interés hacia la política aunque no a los partidos políticos en donde 1 de cada tres contempla la opción de participar activamente en ellos.

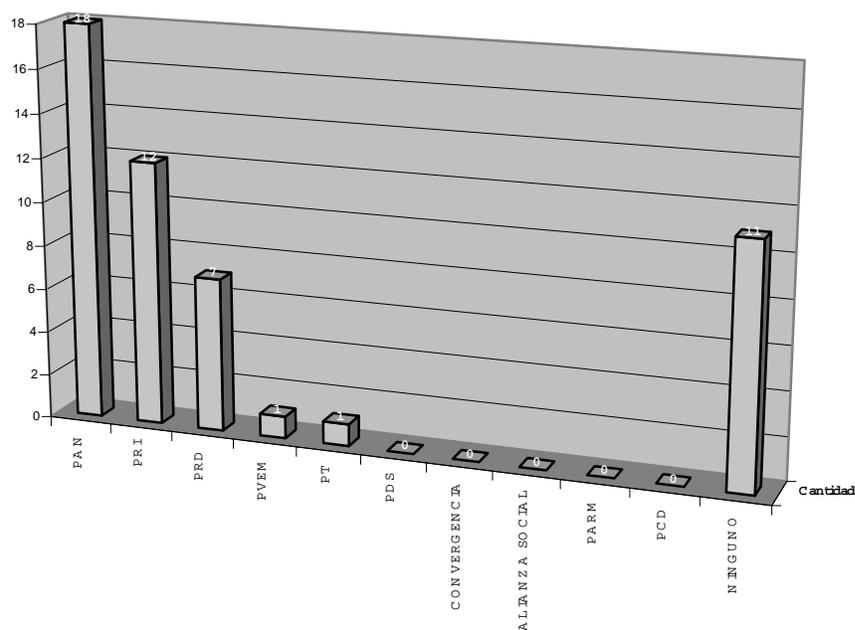
Partidos que conoce



Sin ninguna novedad los tres partidos políticos más conocidos son PAN, PRI y PRD a los cuales, el 100% de los encuestados conocen resultado, el orden continúa en ascendencia con el PT conocido por un 44%, el PVEM con el 38%, mismos que en virtud de ser los más antiguos en comparación a los recién creados como el partido Democracia Social con el 20%, el Partido del Centro Democrático con el 12%, Convergencia por la Democracia con un 10% y los menos conocidos Alianza Social y el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana con un 8% cada uno.

Cabe señalar que de acuerdo al orden antes expuesto, a partir del PVEM todos los partidos recién creados perdieron su registro ante el Instituto Federal Electoral a excepción de Convergencia por la Democracia.

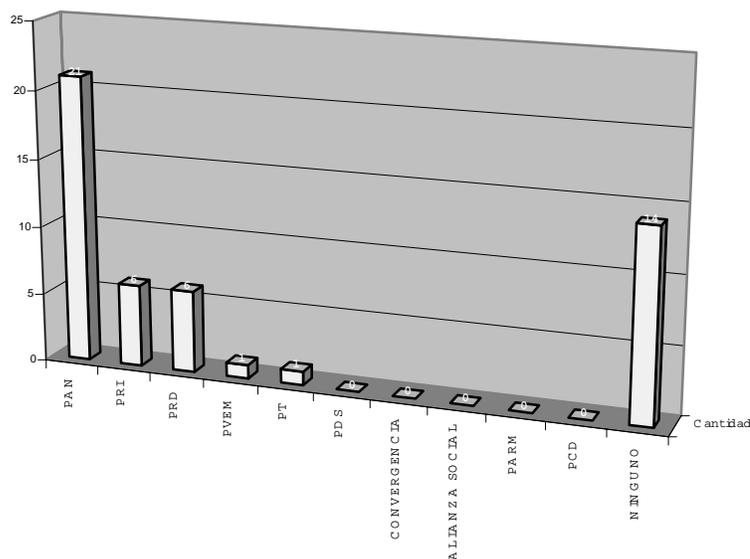
Partidos Políticos en quienes confían



En virtud de ser el PAN el partido en el gobierno en el municipio es que ha sido el partido seleccionado por los encuestados como aquel en quien más confían con un 36% que no es avasallador, en segundo lugar de confiabilidad está el PRI partido cercano en popularidad al PAN, el cual en la siguiente elección pudiera reemplazarlo.

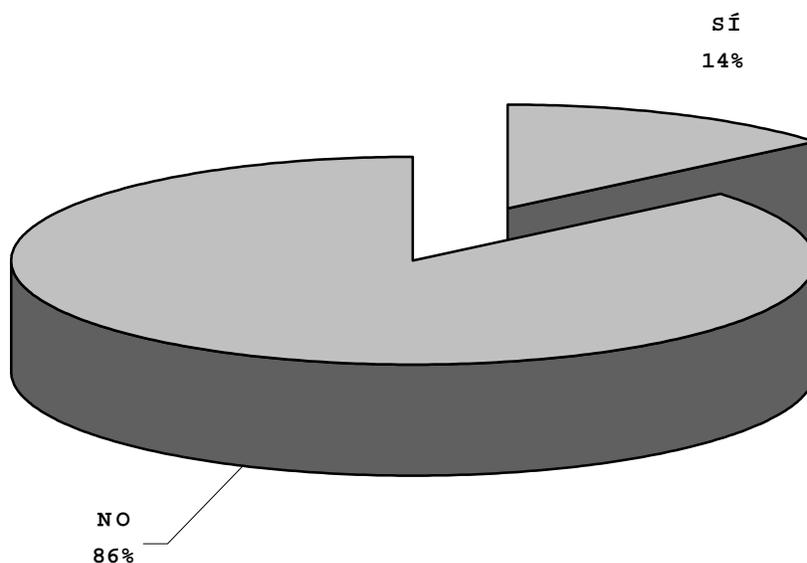
Para ocupar el tercer sitio los ciudadanos decidieron que no confían en ningún partido político, se refrenda el hecho de no tener una buena imagen u opinión de ellos, el cuarto lugar se lo otorgan al PRD el cual sorprendió en los resultados de la elección al lograr casi un empate con el PRI, de modo que cualquiera de los dos pudo haber desplazado al PAN del poder, cuya imagen ya está demasiado deteriorada para los sanmartinenses.

Partido Político que representa sus intereses

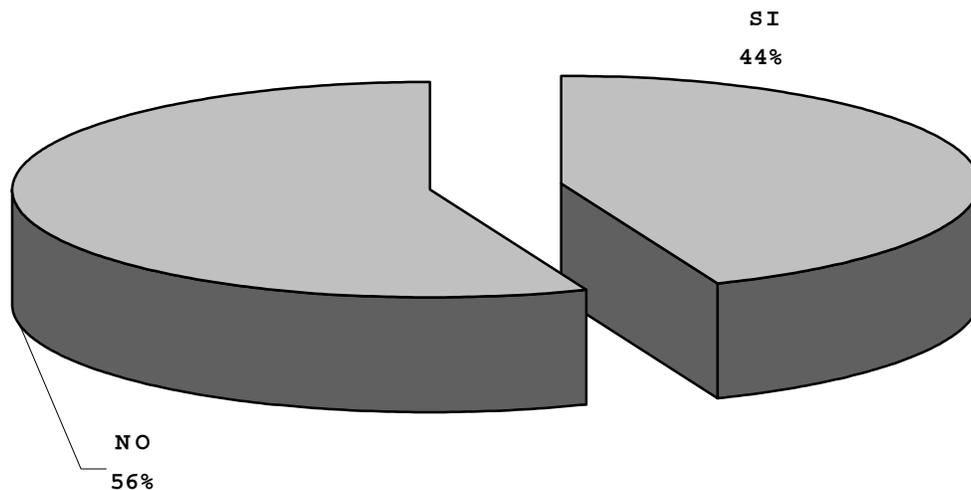


En cumplimiento a lo manifestado en la pregunta anterior, el 42 % de los ciudadanos manifiesta que el PAN es el partido que mejor representa sus intereses, aquí el segundo lugar castiga la credibilidad de los partidos políticos otorgando el 28% a ninguno de ellos. Por su parte en tercer lugar con la misma cantidad del 12% cada uno están el PRI y PRD.

Por lo tanto es con el Partido Acción Nacional con el cual la gente ve mejor representado sus intereses, con el que se identifica y cree en su trabajo para gobernar al municipio. Cabe señalar que durante este proceso electoral ha sido importante la campaña federal que fue paralela por el efecto FOX que causó.

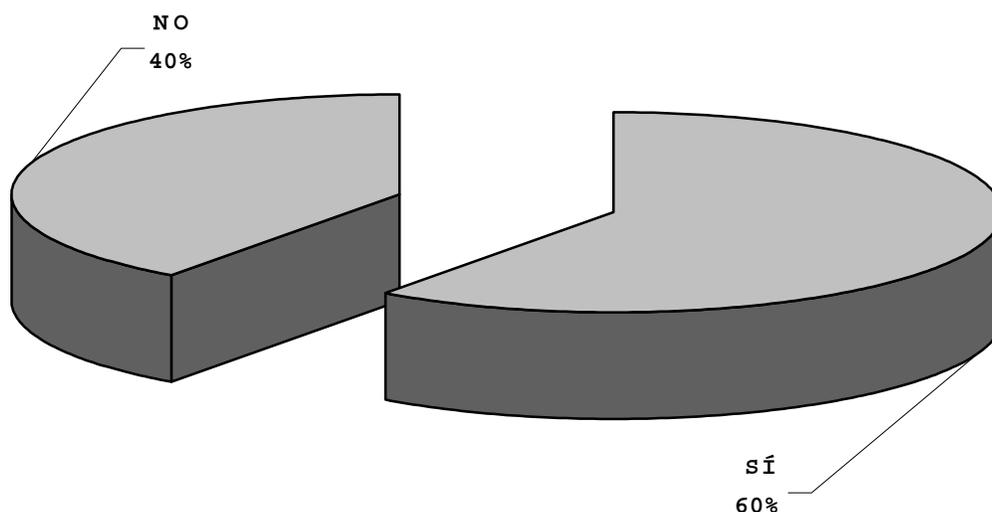
¿Cree en los Medios de Comunicación?

Que el 86% de los encuestados no confie en los medios de comunicación es una alta proporción y refleja el gran problema de que la sociedad ya no crea en nada ni en nadie, por años todos los medios de comunicación estuvieron bajo el yugo de un sistema de gobierno autoritario, y que de alguna manera dejó una herencia en la memoria de los mexicanos, hoy en día, todos y cada uno de los medios de comunicación no logran ser objetivos y obedecen a una determinada tendencia política, a una corriente ideológica, afortunadamente la sociedad está madurando y así lo reflejan estos resultados, al darse cuenta la manipulación que hacen a su conveniencia la mayoría de los medios de comunicación.

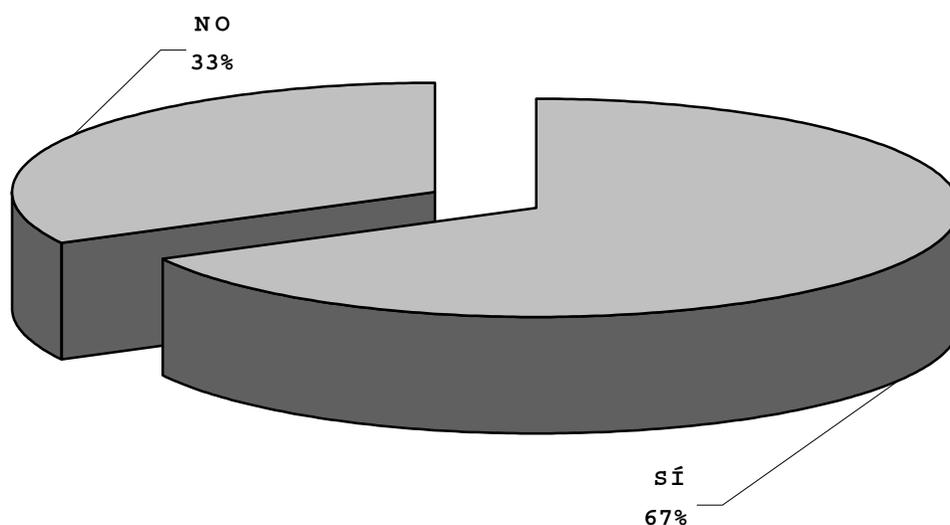
Cuántos conocen al IEEM

Este resultado es de gran importancia ya que más de la mitad de la población desconoce al órgano encargado de la organización de los procesos electorales en su entidad, el Estado de México, esta problema deriva de la gran difusión que el Instituto Federal Electoral tiene respecto del órgano local, lo que provoca en la ciudadanía confusión al no distinguir el trabajo entre ambas instituciones y se incrementa por el hecho de acudir a las oficinas del Registro Federal de Electores (que depende del IFE) a tramitar su credencial para votar, y precisamente fué el caso de este proceso electoral del año 2000 que fué concurrente para ambas instituciones, es decir ambas tendrían su jornada electoral el 2 de Julio y por supuesto la figura central fué la elección de Presidente de la República.

¿Considera que el IEEM motivó a la gente
para que votara?



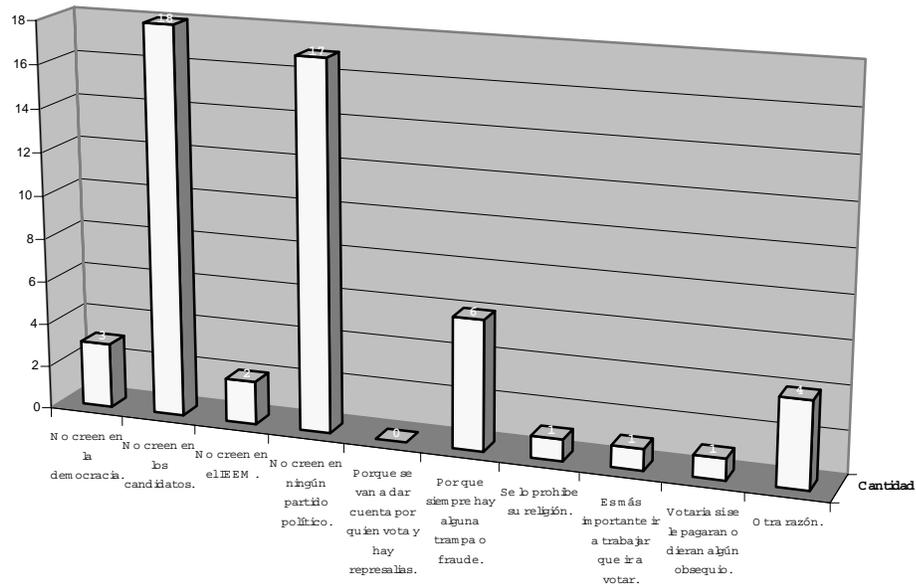
La respuesta arrojada en esta pregunta tiene que ver con lo señalado en la página anterior respecto a las elecciones concurrentes en la cual se observó que gran parte de la ciudadanía desconoció que fueron dos las instituciones que llevaron a cabo el proceso electoral correspondiente, por lo tanto el 60% señala que el IEEM si motivó a la gente para que votara, lo cual por supuesto esta relacionado con la cantidad de propaganda electoral tanto en los medios masivos de comunicación, como a nivel local en bardas, mantas, gallardetes, etc. Pero insisto nunca fué comparable la propaganda que tuvo la elección federal (presidente, senadores y diputados) contra la elección de la entidad (ayuntamientos y diputados).

¿Confía usted en los representantes de casilla?

Los representantes de casilla son aquellos ciudadanos que van el día de la jornada electoral en representación de un partido político en las mesas directivas de casilla, las cuales son órganos integrados por ciudadanos que reciben la votación y llevan a cabo el escrutinio y cómputo. Por lo tanto hay que diferenciar entre los representantes y funcionarios lo cual en la encuesta tuvo confusión.

Sin embargo, el 67% manifiesta tener confianza en los representantes de casilla resultado favorable, ya que los representantes de casilla dan legitimidad a la elección pues todas las actividades realizadas se hacen bajo su vigilancia, pero para algunos su presencia intimida y los resultados de la casilla pueden parecer parciales, entonces, es importante que conozcamos la función tan importante que tienen los representantes de casilla.

Razones por las que no votan

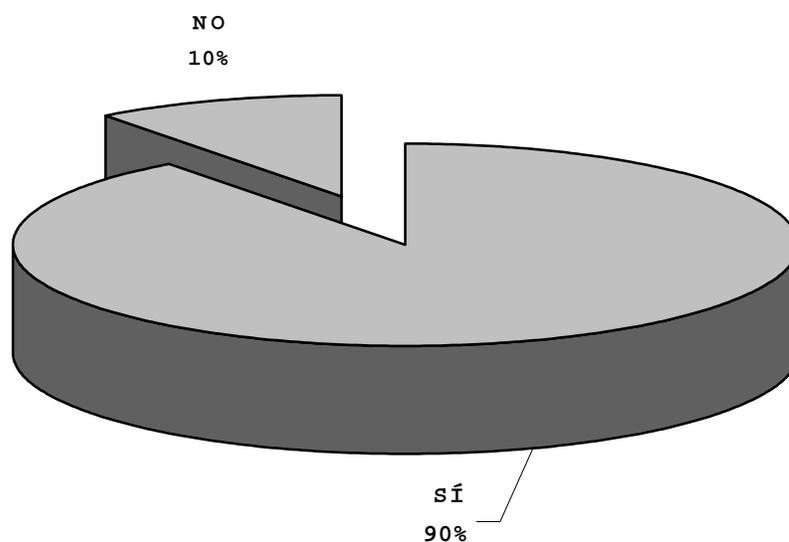


Esta pregunta resume lo que se trata de obtener mediante la encuesta y lo expuesto en los capítulos anteriores ya que señala las causas por las que los encuestados manifiestan no haber votado; en donde los porcentajes mas altos son el 36% que advierte no creer en los candidatos, el 34% que no cree en ningún partido político y en tercer lugar con un 12% la incredulidad hacia el proceso electoral argumentando que siempre hay alguna trampa o fraude.

El 8% argumenta una razón distinta a las propuestas como el no contar con la credencial para votar, el haber salido de viaje o el no aparecer en la lista nominal, situaciones que en cumplimiento de la ley les impiden ejercer su derecho al voto, por lo menos la primera y la segunda. A continuación el 6% que no cree en la democracia como sistema de gobierno y un 4% difícil por no creer en el IEEM como órgano encargado de la organización de las elecciones.

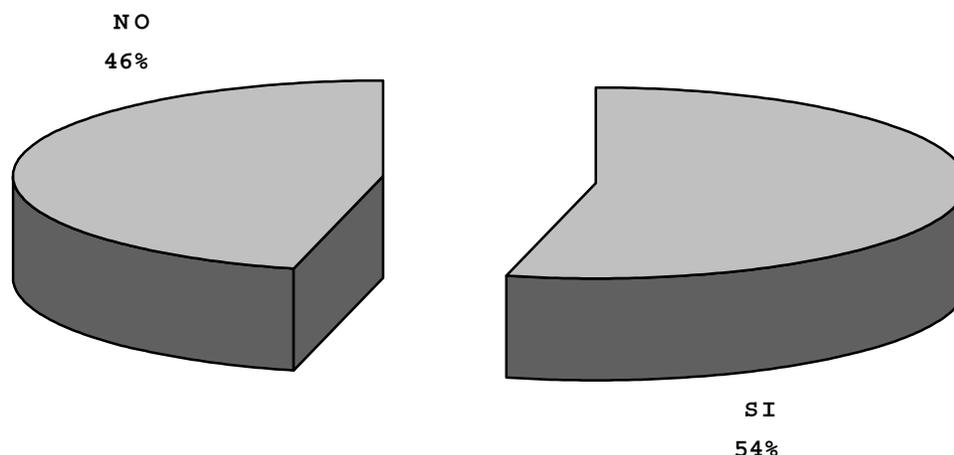
Sin embargo siempre habrá un pretexto que justifique la responsabilidad propia. Ahora, en las opciones que alcanzaron el mayor porcentaje es importante saber si los motivos de su incredulidad tienen que ver con la información que los medios masivos les proporcionan.

¿ Votaría de nuevo ?



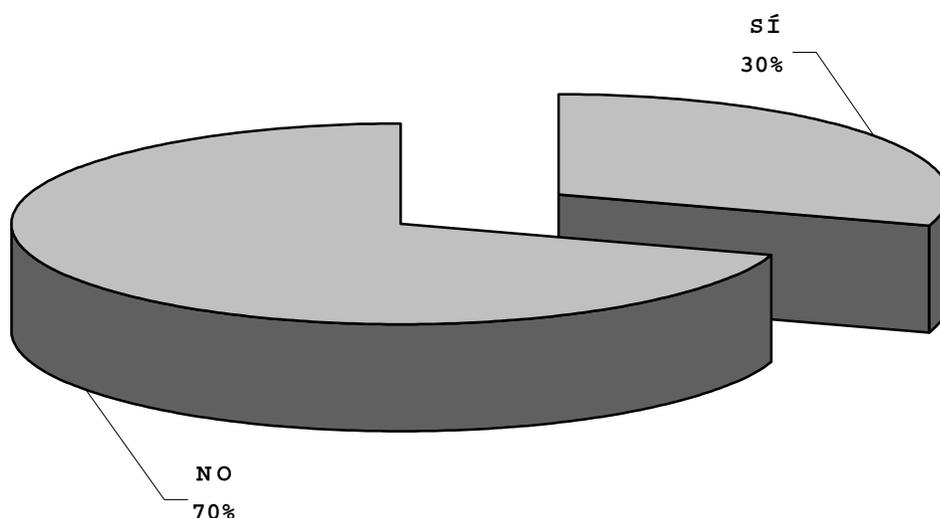
Cuando se formuló la pregunta ¿volvería a votar? los ciudadanos contestaron afirmativamente, como una oportunidad que se les brindaba para reivindicarse, por la falta cometida al haberse abstenido de votar: el 90% asintió en la pregunta contra un mínimo 10% que expresó estar convencido de que su voto no tiene ningún valor.

Sin embargo puede parecer paradójico ya que los motivos que originaron su abstención fueron: no creer en los partidos políticos, en los candidatos y en el instituto organizador de las elecciones, motivos que parecen determinantes y ponen en entredicho la respuesta de que sí volverían a votar.

¿ Diferenciá una elección local y una federal ?

El origen de esta pregunta tiene que ver con el caso particular del proceso electoral del año 2000 que fue concurrente con las elecciones federales, es decir se llevaron a cabo el mismo día, lo cual, operativamente tuvo muchos problemas para su realización por mencionar alguno en la integración de las mesas directivas de casillas, ya que cada instituto colocaría la propia y en secciones con una lista nominal reducida eran electos los mismos ciudadanos para ambas instituciones.

Por lo tanto, antes del proceso electoral la población aún no distinguía la diferencia entre ambas instituciones, el resultado de esta pregunta indica que a la mitad le queda clara esta diferencia, sin embargo al resto aún no y se debe a que fueron ciudadanos indiferentes al evento o que simplemente no participaron.

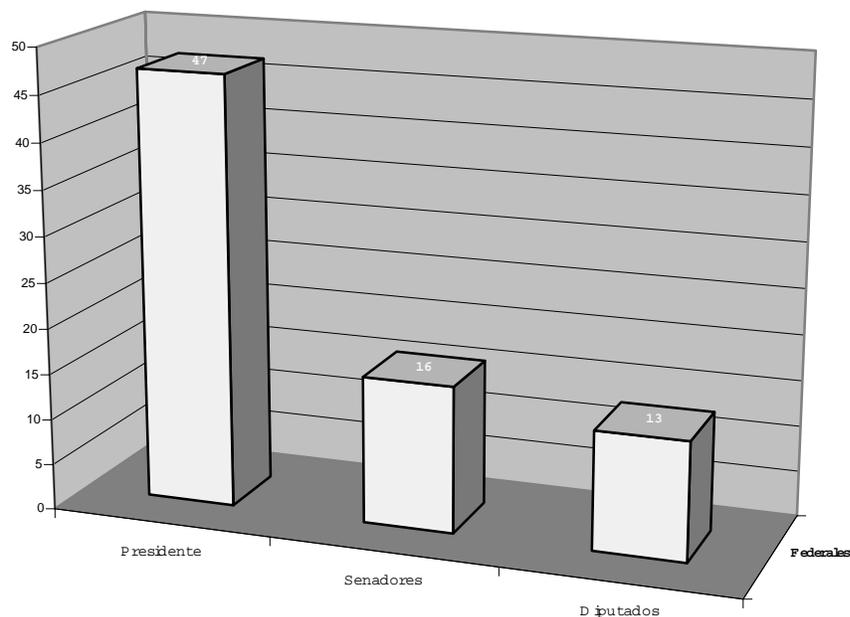
Asistió a actos de presentación o proselitismo

El interés de los ciudadanos abstencionistas por el proceso electoral en el municipio es coherente con los resultados de esta gráfica, en la cual al 70% no le intereso asistir a los actos de presentación o proselitismo de los candidatos, entonces, es probable que ni siquiera los hayan conocido y la opinión que tuvieron de ellos careció de elementos para tener una propia.

Cabe señalar, que en las campañas electorales de las elecciones locales, principalmente las de ayuntamiento, los candidatos todavía hacen actos de proselitismo a diferencia de las elecciones federales que son más mediáticas en las cuales como Sartori señala, cambian un discurso por un spot.

Sin embargo en los actos de campaña se observó una mínima cantidad de ciudadanos interesados en conocer al candidato y sus propuestas, a estos actos ahora solo asiste el equipo de trabajo del candidato y los militantes del partido político al que pertenece.

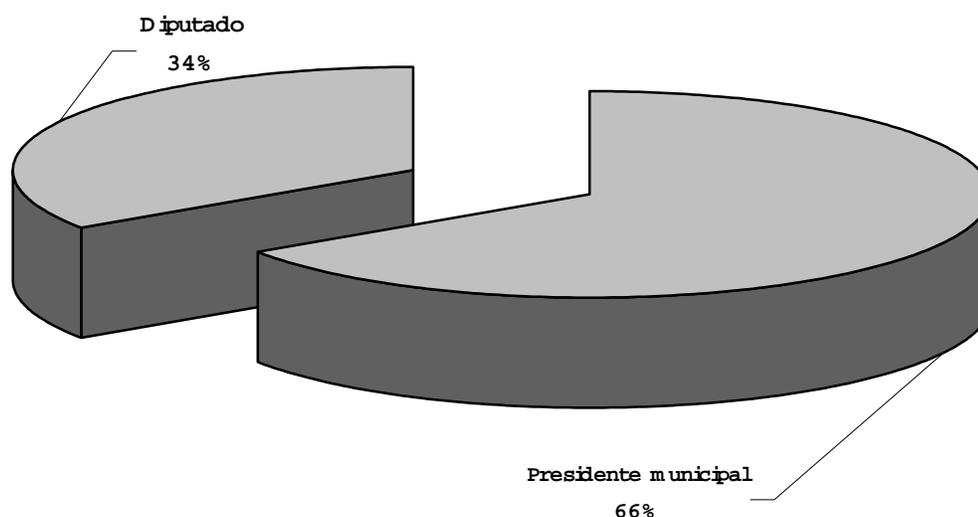
¿Conoció a los candidatos a qué cargo?



Estos fueron los resultados que se obtuvieron por llevar a cabo el proceso electoral concurrente, en el cual la figura más importante fue la elección para Presidente de la República, la cual opacó a las demás, principalmente por la expectativa que causó el entonces candidato Vicente Fox y los ánimos de los mexicanos por el "cambio" del partido en el poder.

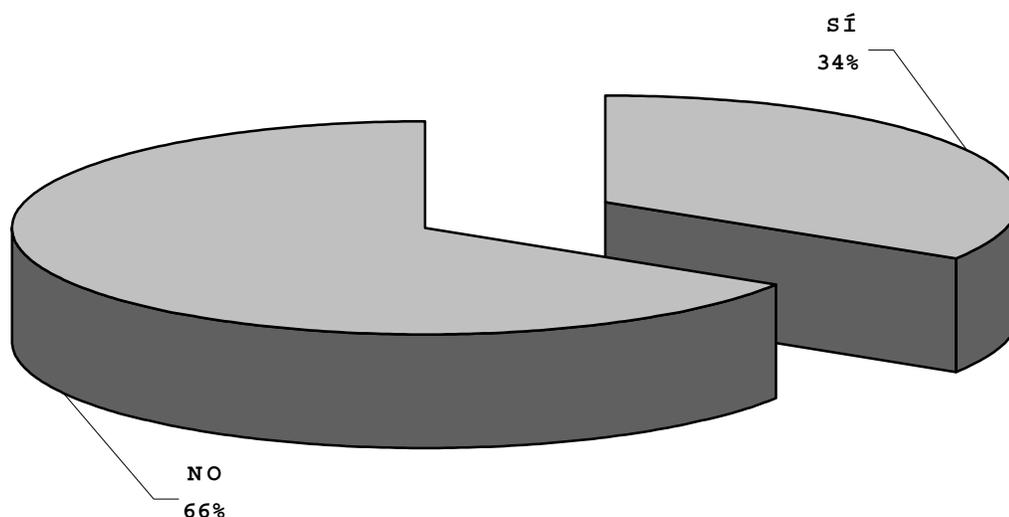
Con tristeza se observan los porcentajes de encuestados que conocieron a los candidatos a senadores y a diputados federales con un 32% y 26% respectivamente figuras que, para los ciudadanos son indiferentes por no ver casi nunca el resultado de su trabajo. También es importante considerar que algunas de las razones que convencen al electorado es el conocer al candidato, saber si pertenece a la región y sus antecedentes ya que como es una elección federal, el distrito electoral que es más grande e integra a más municipios, por lo tanto un candidato cercano a ellos es más popular; tal es el caso de la candidata a senadora la cual pertenece a un municipio cercano a San Martín de las Pirámides quien había tenido una mínima trayectoria política, sin preparación académica, pertenece al PAN y ganó la elección, por el efecto foxista que se alcanzó y en los resultados de la gráfica después del presidente es al senador al cual conocen más. El diputado ganador también es del PAN pero con menos popularidad ser de un municipio más lejano.

¿Conoció a los candidatos a cargos locales?



Como señalé en la página anterior, las figuras más importantes son los candidatos que la gente cree que influyen más en su vida cotidiana, en este caso de acuerdo a los resultados: presidente de la República, presidente municipal y diputado local. Las tres figuras federales las obtuvo el PAN, el caso de las figuras locales, la ciudadanía refrendó su compromiso al mismo partido para que gobernara al municipio, la situación cambió con el candidato a diputado local ya que proviene del PRD y ganó la contienda electoral porque en el distrito local los municipios más grandes que son Acolman y Teotihuacan son gobernados por el mismo partido y en esta elección se adhirió el municipio de Otumba, resultado por el cual fue electo además de ser una persona conocida y con buena reputación respecto al trabajo realizado como presidente municipal.

De los cuatro municipios restantes dentro del distrito local tres fueron ganados por Acción Nacional incluyendo a San Martín de las Pirámides y uno el más pequeño Nopaltepec fue ganado por el PRI.

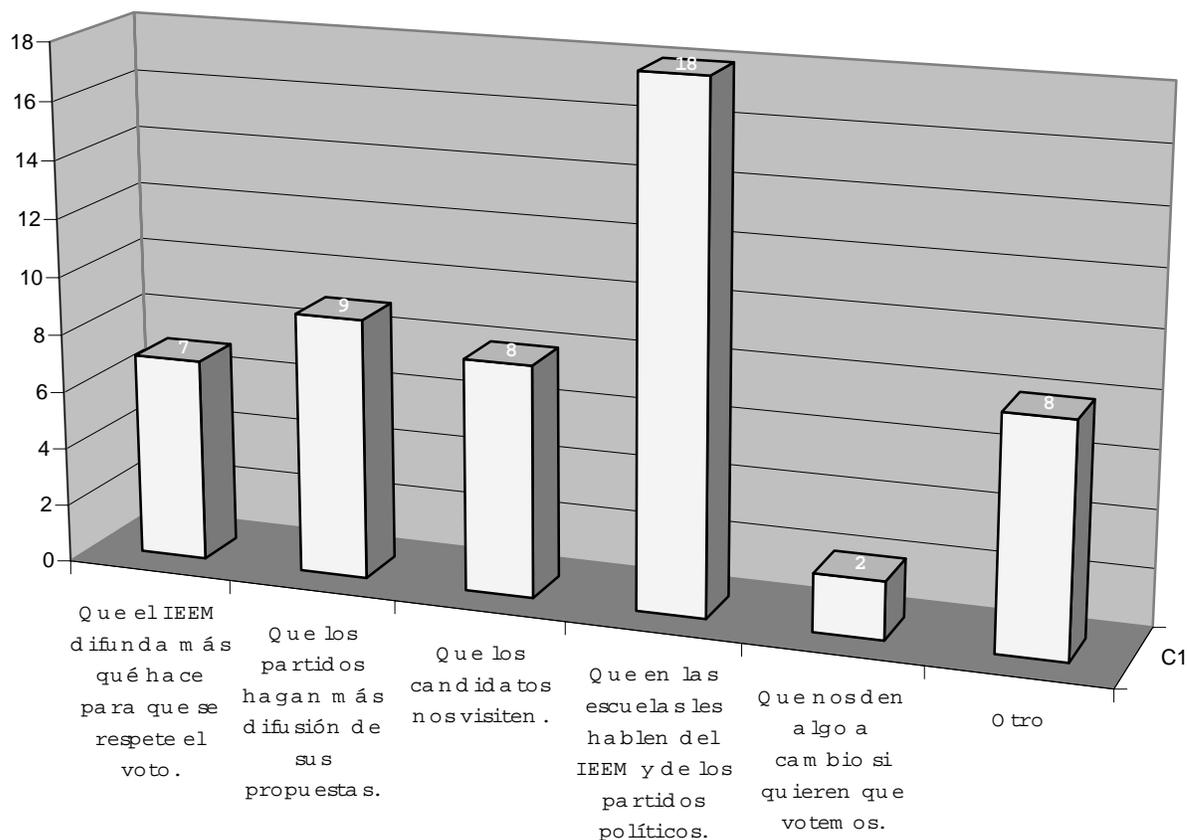
¿Conoció las plataformas electorales de los candidatos?

Conocer las plataformas electorales de los candidatos, debe ser una obligación para los ciudadanos ya que la propuesta, los objetivos y el método mediante el cual ejerceran el poder se plasma en ellas y para elegir entre las opciones que se presentan es necesario estar al tanto de las mismas.

Sin embargo ni al electorado, ni a los candidatos, ni los partidos políticos le dan el interés que merece el documento ya que por ser uno de los requisitos para el registro de una candidatura, elaboran el documento sólo como trámite, por ejemplo el PRI en esta elección registró la misma plataforma electoral para todos los municipios del estado sin reconocer la particularidad que cada uno tiene, por lo tanto en ocasiones ni los mismos candidatos la elaboran y/o la conocen.

Entonces ni los candidatos ni el electorado debe manifestar su inconformidad por la desinformación que se ve reflejada en las urnas.

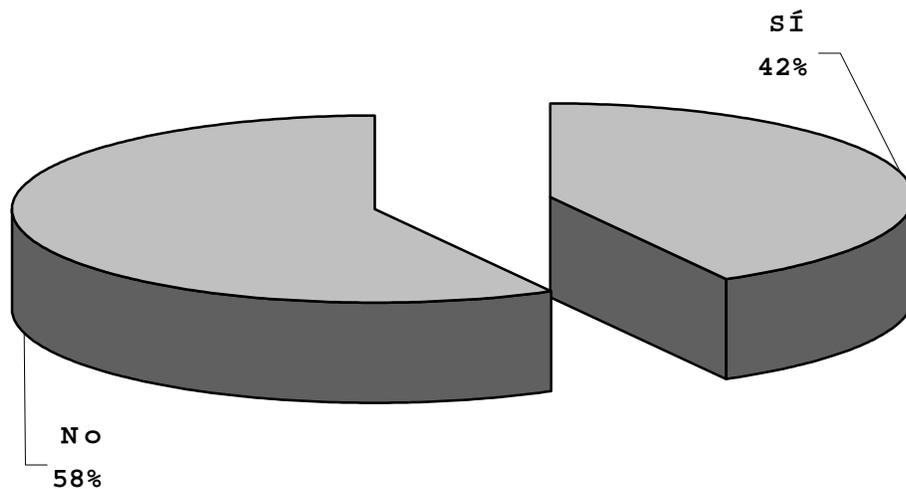
Sugerencias para votar



La opción que eligen para incrementar tiene que ver con la formación e información ya que manifiestan no estar informados respecto a los partidos políticos y al órgano electoral incluso la segunda opción también tiene que ver con el mismo problema.

Entonces, es verídico que el electorado no se encuentra informado, pero el problema más grave está en que siempre se elige la comodidad, en este caso de que alguien lo haga por uno mismo pues si realmente fuera de su interés informarse asistirían a los actos de campaña para cuestionar al candidato, o tal vez asistiría a la casa de campaña o del partido político o a las oficinas del órgano electoral para así contar con información de primera fuente.

¿Considera que con su voto en las elecciones pasadas, los resultados hubieran sido diferentes?

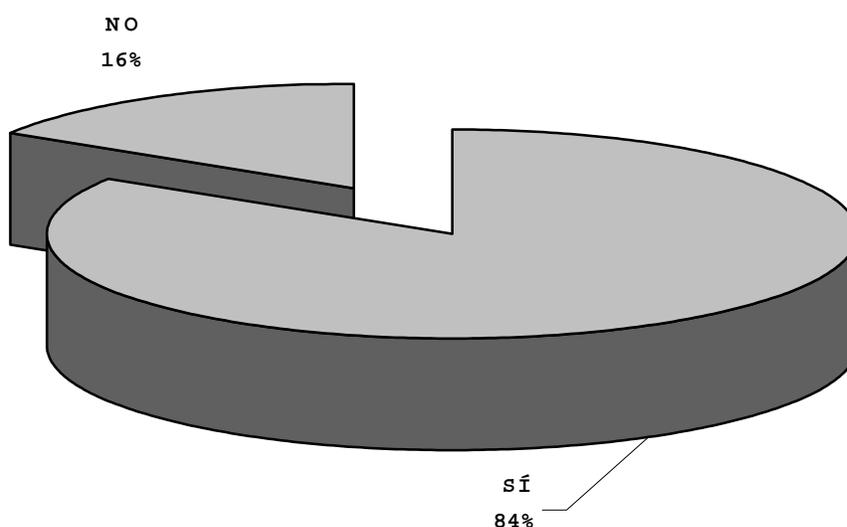


Definitivamente que los abstencionistas demostraron que para ellos da lo mismo emitir o no un voto, sin recordar que uno puede hacer la diferencia.

Sin embargo, no se trata de la cantidad de votos, sino de asumir la responsabilidad ciudadana que implica sufragar, del interés en participar en el importante acto de elegir a los gobernantes, de elegir una forma de vida, de comprometerse y ser partícipe de esa forma de gobierno, porque no solo se trata de otorgar el poder a una persona, sino de observar su ejercicio y expresar participando su aprobación o desaprobación.

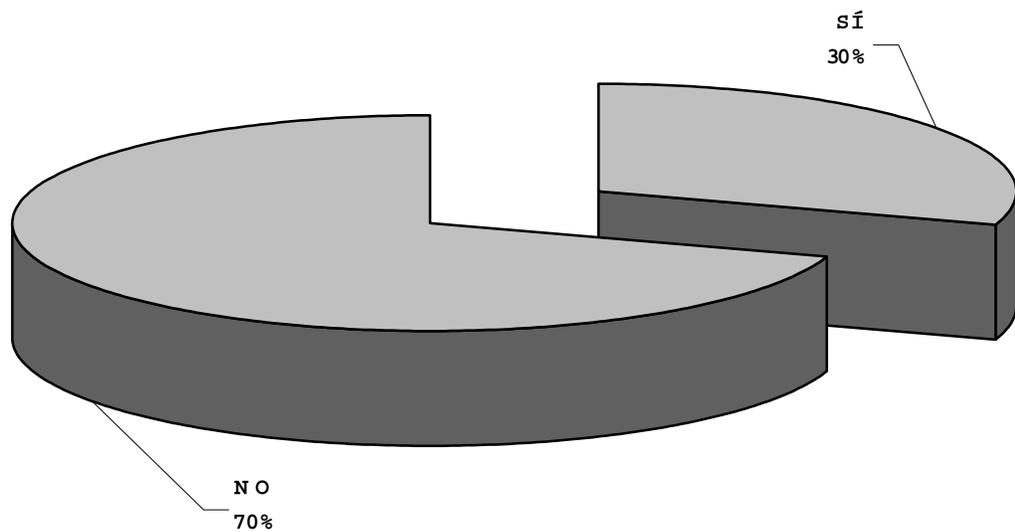
Cada ciudadano debe ser el responsable de darle el valor que su opinión se merece, ninguna es más importante que la otra, la certeza es que si alguien no está seguro de sí mismo no puede pedir a otro que se la de.

Los Partidos Políticos construyen la democracia



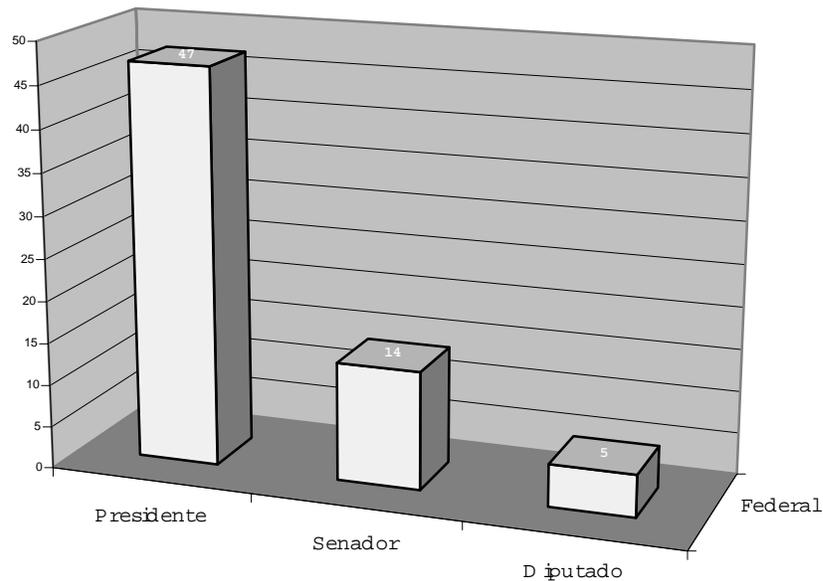
La forma es adecuada, el método, el sistema, la forma de gobierno democrática para la cual son necesarias las opciones: la ideología, el partido político, el candidato, la plataforma electoral mediante un proceso electoral legal, legítimo y transparente.

Existe un consenso entre los abstencionistas encuestados respecto a que los partidos construyen la democracia, yo diría son portadores, porque finalmente depende de los electores su ejercicio, sin embargo el abstenerse de emitir su sufragio también ¿es parte de la democracia? creo que sí, pero su actitud de indiferencia ante el acto no aporta ninguna solución al problema de la credibilidad, y si en realidad lo que se desea es mejorar las condiciones de vida, ese no es el camino indicado, nadie le resuelve los problemas a nadie, cada quien elige un método, entonces es importante que lo manifiesten.

Los Partidos Políticos cumplen con su fin

Es manifiesto en esta y otras preguntas que los ciudadanos no están satisfechos con el trabajo de los partidos políticos en gran medida por el excepticismo al que hemos llegado debido a la cantidad de actos de corrupción de los que son responsables, del tráfico de influencias, de la ineptitud de algunos gobernantes, por la complacencia de algunos a la impunidad y por supuesto porque los medios masivos de comunicación se encargan de señalar y subrayar cada uno de estos actos.

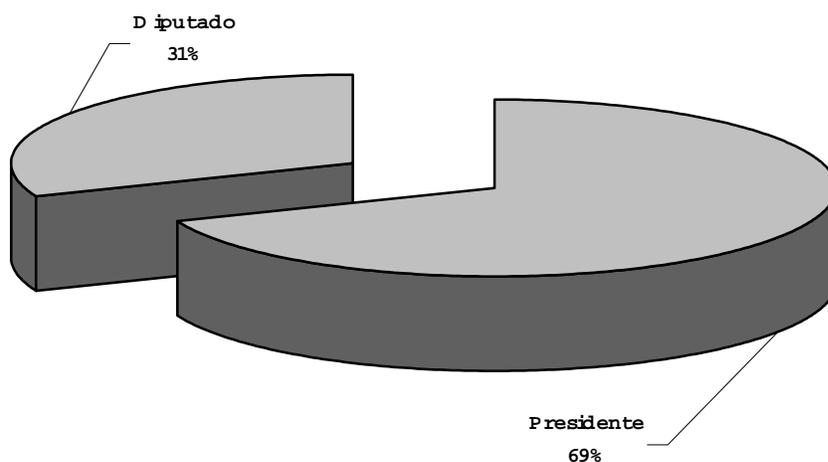
Paradójicamente los aciertos, el buen desempeño es señalado con menor frecuencia, en este sentido se comprueba también que la imagen y opinión de los ciudadanos respecto de los partidos políticos es influenciada por los medios, que se deriva en una mala apreciación ya que los ineficientes y corruptos son las personas con nombre y apellido y no los partidos políticos, éstas son sólo instituciones que se deterioran y acaban por el excepticismo que provocan.

¿A cuántos candidatos Federales conoció?

El éxito de las campañas políticas mediáticas y en este caso de los Amigos de Fox determinaron los resultados que ya todos conocemos y son evidentes, a pesar de la existencia de autoridades electorales, de una legislación electoral nadie pudo controlar ese copo de nieve que fue creciendo hasta aplastarlos ya que como ahora es sabido, la cantidad de recursos utilizados en esta campaña política se desbordaron y no hablar de su origen, sin embargo la conjunción de elementos como la necesidad demostrada por los ciudadanos del "cambio" de gobierno en el país, pero principalmente por el Goliat creado en los medios de comunicación y su campaña política mediática tan atinada hablan del poder de convocatoria al que son capaces de alcanzar y lo que hace el dinero.

Por lo tanto, si se comprueba la afirmación de que los medios de comunicación si inciden en la decisión y el voto ciudadano en un proceso electoral.

Conoció a los Candidatos Locales

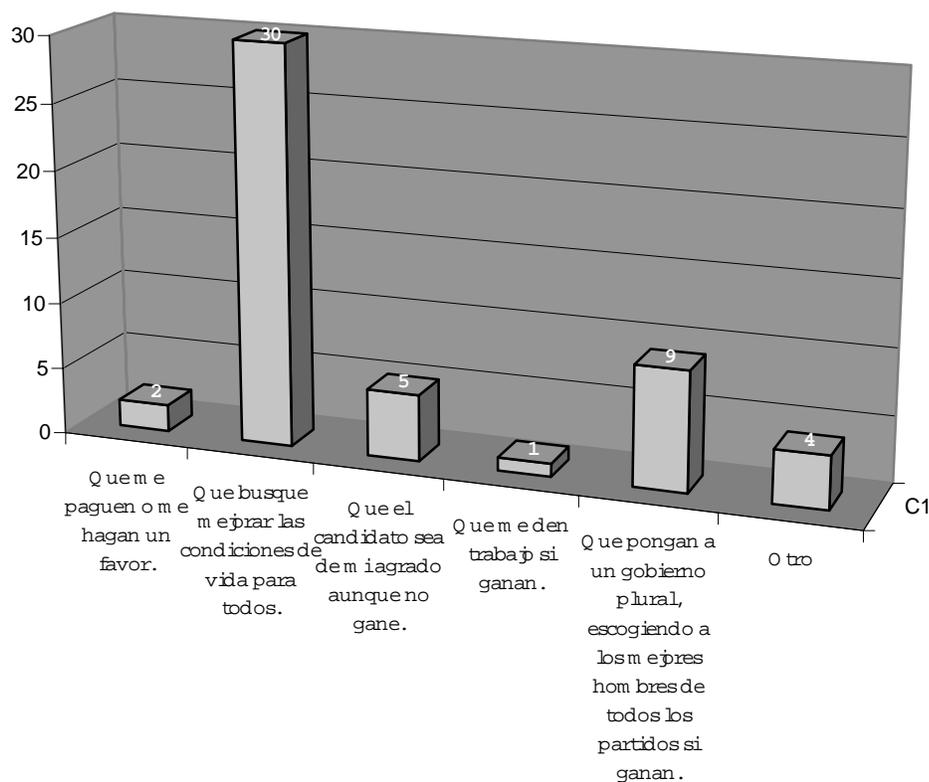


El proceso electoral del año 2000, al que hace referencia este trabajo que se llevó a cabo de forma paralela, concurrente como se le denominó, tuvo grandes dificultades para su organización, uno de los principales retos fué que cada institución electoral lograra mantener y colocar en el electorado a sus respectivos candidatos y figuras de elección.

Sin embargo, de acuerdo al resultado que se obtuvo y debido a que la elección federal tuvo un mayor posicionamiento por la elección presidencial, la legislatura local decidió modificar la legislación electoral y cambiar la fecha de la jornada electoral cambiando el primer domingo de julio por el primer domingo de marzo y evitar así otro evento simultáneo.

Además del problema operativo de la organización más bien fueron los resultados políticos los que determinaron este cambio, ya que como lo expresa la gráfica, el porcentaje de conocimiento de las figuras en la elección local no es satisfactoria y sí el resultado político en donde: presidente de la república, senador, diputado federal y ayuntamiento fueron ganados por el PAN como resultado del proceso electoral concurrente.

¿Que tendría que hacer un partido político para que usted votara por él?

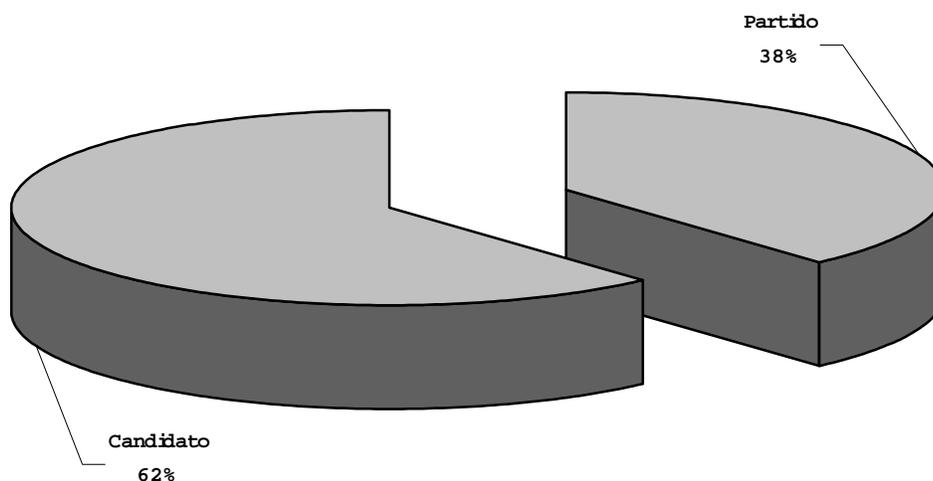


La respuesta de los 65 mil pesos, considero que la opción elegida por los abstencionistas, es la respuesta no sólo de ellos sino de todos los ciudadanos que creen que sólo a través de su voto pueden mejorar sus condiciones de vida: económica, social, cultural, educativa.

Lo que esperan entonces de un buen gobierno tan solo son resultados visibles, palpables día a día en el funcionamiento de su hogar, de su colonia, lo más práctico, nada que ver con el proyecto económico político para la nación, con ideologías.

La desafortunada es que todos los candidatos les ofrecen mejorar la vida y solo aquellos que han sido electos mas de una vez, en distintos cargos, pueden demostrar su capacidad o impotencia, lamentablemente no son muchos los casos y regularmente se le brinda la confianza aquel que cuenta con los recursos suficientes para que le apliquen el mejor maquillaje en sus campañas políticas mediáticas.

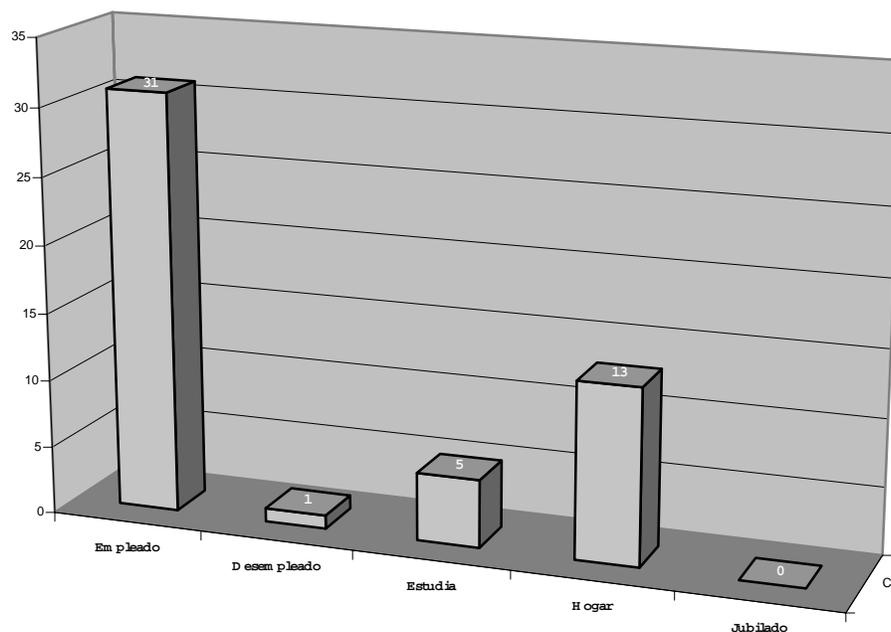
¿Qué cree que es mejor, votar por un Partido o por un Candidato?



El cambio en el sistema político, como producto de la participación activa de los ciudadanos, al dejar atrás el régimen de partido único por uno multipartidista, así como la creación de instituciones encargadas de la organización de los procesos electorales autónomas, en constante lucha por su respeto, confianza y credibilidad, durante esta última década, han permitido el ejercicio de la democracia mediante la elección.

Tal ha sido el cambio, que ahora la gente ya se da la oportunidad de elegir entre votar por un partido político o por un candidato, resultando ésta última modalidad la que con mayor frecuencia han adoptado, como lo demostraron los resultados de esta encuesta la credibilidad que tiene el ejercicio de la política y los partidos políticos han creado una máquina de excepticismo difícil de desarticular. Por lo tanto ahora el ciudadano interesado en el ejercicio del sufragio otorga su confianza a la persona, al candidato que satisfaga sus expectativas, sin ningún tipo de compromiso partidista.

Ocupación Actual de los Encuestados

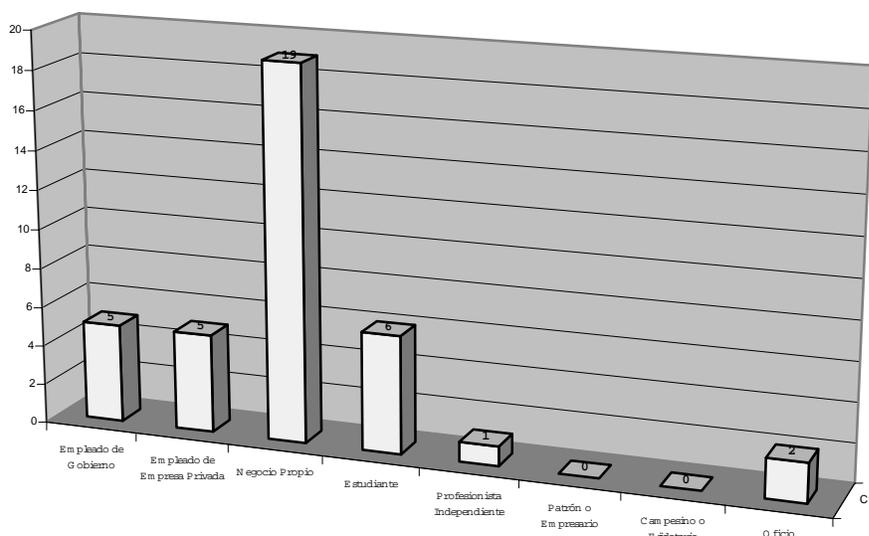


La ocupación de los encuestados es el espejo del estado actual de la economía del país por lo que, se obtuvo que el 62% de la población se dedica a trabajar, son empleados; el 26% se dedica al hogar, es decir la mitad de la población femenina y un insignificante 10% estudia.

Por lo tanto, resumiendo esta pregunta con la siguiente se obtiene que el 40% tiene un negocio propio, en segundo término, empatados con el 20% cada uno, están el ser empleado de gobierno ó empleado de una empresa privada, en tercer lugar un raquítico 14% que estudia y el 2% desempleado.

Entonces el universo de los encuestados tiene como actividad principal el trabajo que a pesar de ser una población joven es mínima la cantidad de ciudadanos que estudian y por supuesto se refleja en la escolaridad que llega en su mayoría a la secundaria.

Ocupación Principal de los Encuestados



La principal ocupación de los abstencionistas es el trabajo en un negocio propio con un 38% seguido por los empleados de gobierno y de empresas privadas, así que se debe destacar que hay un porcentaje considerable que se encuentra empleado.

Es muy probable entonces, que el nivel académico de la población tenga que ver con sus hábitos informativos y su interés por las actividades políticas y de participación ciudadana, ya que como se observó a lo largo de la encuesta casi nadie contó con la información necesaria para conocer, elegir y votar por los candidatos, se trata de gente que vive y lucha diariamente por su supervivencia económica.

En general, el perfil de la población encuestada o abstencionista fueron jóvenes indistintamente hombres o mujeres que profesan la religión católica y que cuentan con escolaridad de nivel básico secundaria o primaria, los cuales 6 de cada 10 se encuentra ya inmerso en el mercado laboral con un negocio propio y en el género femenino casi 5 de cada 10 se dedican al hogar, dejando al 1% a las mujeres que estudian y que a pesar de su edad no lo hace principalmente por falta de recursos económicos pues en lugar de estudiar trabajan.

APÉNDICE 1

ENTREVISTA CON LIC. MIGUEL ANGEL JUÁREZ FRANCO

Miguel Ángel Juárez Franco tiene la licenciatura en Comunicación y periodismo egresado de Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Aragón de la UNAM. Comenzó su actividad profesional en el periódico El Norte y es fundador de Reforma donde trabajó hasta 1998. Ha realizado coberturas especiales en Chiapas y Aguas Blancas, Guerrero, tuvo durante cinco años como fuente principal la Cámara de Diputados. En 1999 fue designado Consejero Electoral propietario del Instituto Electoral del Estado de México durante tres procesos electorales. Ha hecho varias publicaciones entre las que destacan Revolución de terciopelo en donde narra el nacimiento de la democracia desde la Cámara de Diputados.

El perfil profesional y la experiencia laboral adquirida dentro de los medios de comunicación así como en el máximo órgano electoral del Estado de México, dan fe de que la experiencia y juventud es un binomio difícil de encontrar, por el contrario, gracias a su actitud participativa Miguel Ángel Juárez Franco aceptó con gusto compartir su punto de vista respecto de los temas que conoce muy bien, la política, el trabajo electoral y los medios de comunicación siempre atento y amable me recibió en el calor de su hogar ubicado en el oriente del estado, dispuesto en todo momento a dar fe de los hechos.

Para dar inicio a la entrevista es importante determinar cuáles son las actividades que presentan, publican, promueven el trabajo de la Institución Electoral. ¿QUÉ HACE EL IEEM PARA DIFUNDIR SU QUEHACER?

-Bueno, el Instituto Electoral tiene varias estrategias para difundir sus actividades que realiza de manera cotidiana estas actividades son muchas y definitivamente este instituto o cualquiera de carácter local se enfrenta a la problemática de definir estratégicamente qué es lo que va a difundir. Son muchas las etapas de organización de un proceso electoral, se tienen que difundir desde los principios rectores que rigen la vida del instituto, los procesos electorales a efecto de que la población conozca cómo se organiza la elección también se tienen que difundir convocatorias para concursos de carácter público para la adquisición de bienes o servicios que se requieren para la organización de las elecciones se requiere hacer convocatorias públicas para integrar personal a las estructuras institucionales por ejemplo: los vocales encargados de los órganos desconcentrados.

Se hace difusión también con planteamientos de carácter político que tienen que ver con la vida del estado o con el desarrollo de las elecciones se hace difusión de convocatorias para los ciudadanos en términos de que tienen que participar en el proceso electoral, se hace difusión o mensajes propagandísticos enfocados a los ciudadanos para señalarles la

importancia de participar en el proceso electoral organizando o votando, se hace difusión de quiénes participan en los procesos electorales, en fin son alrededor de 20 o 25 aspectos distintos de difusión y comunicación de parte del Instituto Electoral todo eso se difunde para poder llevar a cabo exitosamente un proceso electoral.

La dificultad de la difusión es que hay que diseñar estratégicamente campañas específicas para cada rubro, a veces ha sido necesario diseñar alrededor de doce campañas distintas por una parte, por otro lado hay que contratar los espacios en los periódicos, en radio y televisión con las dificultades que conlleva cada uno de estos aspectos, por ejemplo qué periódico se va a contratar para hacer la difusión, dice uno bueno los de mayor circulación, pero no necesariamente los de mayor circulación nacional son los que tienen mayor circulación local u otro problema no hay periódicos locales, los que hay no tienen la suficiente penetración, o bien simple y sencillamente no existen métodos de comunicación efectivos en una localidad o comunidad.

Ahora radio hay que determinar con estudios cuales son las radiodifusoras que pueden tener mayor influencia en la zona y en función de eso a veces hay que tomar decisiones también estratégicas que tienen que ver con recursos y zonas de influencia quizá una radiodifusora tiene más influencia en Ciudad Nezahualcoyotl y Texcoco, pero a lo mejor esa radiodifusora ya no nos alcanza para Acolman y sin embargo por costos se tiene que contratar, entonces quizá se desprotege un área, son cuestiones complicadas en el aspecto técnico.

En televisión bueno, la televisión la ve todo el mundo hay horas más importantes de audiencia, sin embargo la problemática de la difusión tiene que ver con los costos, el Estado de México ahora cuenta con el sistema de Radio y Televisión Mexiquense que ya tiene cobertura en la zona del valle Cuautitlán- Texcoco pero de cualquier manera no es un canal muy visto o muchas televisiones no agarran la señal del canal, entonces la opción que queda es la televisión nacional, nada más que en ésta un anuncio en el horario de mayor audiencia, para penetrar todos los sectores de la sociedad cuesta alrededor de quinientos mil ó seiscientos mil pesos el minuto entonces, los Institutos Electorales en el caso del Estado de México, destinan alrededor de quince o veinte millones de pesos para publicidad es muy poco, no se puede competir, toda ese gasto en difusión se utiliza del presupuesto que se fija al Instituto y que autoriza la legislatura, pero de todas maneras definitivamente es muy menor, todo esto se presenta en el aspecto de la comunicación, esto es lo que se difunde y esa es la problemática a la que se enfrenta el Instituto.

Existe un documento que busca la optimización de la campaña de promoción al IEEM en la tarea de difusión, ¿EN QUÉ CONSISTE EL PLAN DE MEDIOS QUE EL IEEM UTILIZA PARA LLEVAR A CABO SU DIFUSIÓN ?

-El plan de medios se estructura para poder tener un orden estratégico en la difusión, establece qué política se va a seguir de difusión por ejemplo: determinar el tipo de mensajes

que se van a emitir, dónde, determinar la población objetiva a la que se va a dirigir ese mensaje y determinar también los tiempos de emisión de los mensajes; todo eso abarca el plan de medios.

La estructura de los mensajes era una estructura enfocada específicamente a públicos objetivos: nuestros llamados a votar estaban diseñados para jóvenes que tuvieran dieciocho años ó más de dieciocho, nosotros no hacíamos para gente menor de dieciocho años y decíamos bueno no estamos fomentando la cultura cívica tan importante para derrotar al abstencionismo, desde mi punto de vista ahí es donde radica la verdadera problemática: no hay cultura cívica, el público objetivo tenía su propio mensaje en la etapa precisa por ejemplo: "ciudadano acude a capacitarte para integrar las mesas directivas de Casilla" en ese momento nosotros teníamos un ayuno de todos los demás mensajes, no emitíamos mensajes de propaganda sobre la fecha de la elección, no emitíamos mensajes de los principios del instituto en ese momento; nuestro mensaje estaba enfocado a llamar a los ciudadanos a participar en la capacitación, entonces el plan de medios es un conjunto de objetivos y estrategias que se determinan por parte del Consejo General para la comunicación institucional de los procesos electorales; se estructura en dos o tres vertientes distintas que tienen que ver con mensajes enfocados a: buscar la participación de la sociedad en los procesos electorales, a difundir las actividades del Instituto y la jornada electoral, mensajes enfocados hacia la adquisición de bienes y servicios por parte del Instituto son las tres grandes líneas y sobre eso se integra todo el plan de medios.

Se planifica de manera anual, se estratifica su aplicación, se determinan las fechas de contratación de los productos y los servicios con los medios de comunicación y por otra parte a través de ese plan también se tiene mucha claridad sobre los tiempos de difusión de cada tipo de programa a partir del plan se indica también qué mensajes se van a difundir y en qué etapa, de hecho los mensajes se diseñan junto con el plan de medios entonces se incluyen como anexos técnicos todos los mensajes que se van a estar emitiendo durante la etapa que dura el plan.

Usted me ha expresado que los objetivos del Instituto son meramente institucionales sin embargo, entonces ¿NO HAY UNA DIFUSIÓN PARA LOS PARTIDOS POLÍTICOS, DE SUS PLATAFORMAS ELECTORALES, ES DECIR, SOLO SE DIFUNDE EL QUEHACER DE L INSTITUO Y EL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS ?

-Definitivamente es muy importante la difusión de las plataformas de los partidos porque finalmente es la base que los partidos dan a los ciudadanos para que vayan a votar, nada más que esto es muy complicado y es complicado porque una plataforma no se puede reducir en dos o tres frases, definitivamente no se puede hacer esto, en estos casos lo que hizo el instituto fue elaborar unos mensajes para pedirle a la población que se acercaran a los partidos políticos para que conocieran sus plataformas para que tuvieran un voto informado, que conocieran las propuestas de los partidos, sus plataformas electorales.

El instituto gastaba parte de los recursos de difusión en sacar síntesis de las plataformas, integrarlas de manera conjunta y difundirla masivamente de forma escrita con la dificultad pues que en muchas zonas, estos temas no son de mucho interés o bien por más atractivo que se presentaron los documentos, en la mayor parte de los casos resultaba un desinterés de la población. El instituto sí está obligado por ley a difundir las plataformas y por otra parte está obligado desde mi punto de vista de manera ética para demostrar la imparcialidad de los actores políticos frente a la sociedad, es un factor de confianza; pero definitivamente yo creo que los que deben gastar en la difusión de las plataformas son los partidos políticos, esa difusión de los partidos políticos es la base de sus proyecciones porque finalmente los que están en busca del voto son los partidos políticos, no el Instituto Electoral a favor un partido político. El Instituto tiene que hacer esa difusión de mensajes a efecto de enterar a la población, de quiénes contienden ó quien participa, qué están haciendo; su función no es de convencer de sus plataformas y como éstas son la base hipotéticamente hablando de proyección partidista, entonces, son los partidos los obligados. Creo que es allá a donde se tiene que enfocar, yo diría que los Institutos Electorales no debían de gastar tanto en hacer ésta difusión.

Es sabido que los partidos políticos cuentan con unas prerrogativas dentro de éstas, un tiempo designado para la transmisión de sus mensajes a través de los medios de comunicación propiedad del estado y una cantidad de recursos del erario público que les proporcionan para sus campañas electorales, ¿QUÉ PORCENTAJE DE SUS PRERROGATIVAS GASTAN EN DIFUNDIR SUS MENSAJES, EN DIFUNDIR SUS PLATAFORMAS ELECTORALES?

-Bueno los montos son atroces, los medios de comunicación resultaron ser los grandes ganadores de los procesos electorales, son los grandes ganadores económicamente, son los grandes ganadores ideológicamente y tienen una influencia determinante; los partidos políticos llegan a gastar hasta el 80% de sus prerrogativas solo en el uso de los medios de comunicación, es una cifra bastante alta no en balde los esfuerzo que se están haciendo por distintas personas para legislar y que los tiempos de televisión que ocupen los partidos políticos sean otorgados definitivamente por el Estado porque finalmente las concesiones de radio y televisión son propiedad del estado, son propiedad de la nación y las radiodifusoras y televisoras han hecho un gran negocio de la difusión y los partidos se han visto obligados necesariamente a contratar a los medios masivos, no tienen otra alternativa si quieren llegar a la población, porque hay un efecto mediático que a mi punto de vista perfectamente estudiado y bien medido respecto al efecto que tienen los medios masivos en los electores: quien no se ve y no se escucha en la radio o en la televisión parece que no existe, entonces los actores políticos están obligados a meterse a los medios y eso les cuesta.

Esto ha traído una problemática ahora, porque antes todavía el auge no era en términos de medios tan elevado, por la contratación que hacían los partidos, era un sólo

partido dentro del sistema que existía y podía tener acceso a la televisión cuando quisiera, como quisiera, en cambio cuando se abre la competencia a partir de 1996 que los partidos tienen recursos para contratar sus espacios en televisión entonces hay un boom en los medios, por eso yo fijo un antes y un después para mí ese antes es en 1997 federal y 1999 local y ocurre que los partidos no pueden dejar de tener esa influencia en los medios: primero porque tienen recursos, segundo porque la gente no cree en lo que no ve ó escucha y tercero porque el dinero que se utilizaba en las campañas anteriormente se repartía entre la gente que integraba los equipos de campaña, mucha gente salía a hacer campaña muchísima era una forma de regenerar económicamente, la gente tenía dinero en campaña, ahora la gente no tiene dinero en campaña, tienen dinero los medios de comunicación, la estructura del partido político manejaba no sé cien, doscientas personas a las cuales se les pagaba por ir de casa en casa y distribuir volantes o por ir a los mercados ahora no es necesario, ahora es la televisión el rey y maestro de todas las artes electorales en términos de difusión y los partidos ganan cuando saben utilizarlos.

¿SON SUFICIENTES ESAS PRERROGATIVAS ES DECIR, EL TIEMPO EN RADIO Y TELEVISIÓN, ASÍ COMO EL FINANCIAMIENTO CON EL QUE CUENTAN ?

-Bueno el tiempo no es suficiente es una vergüenza la cantidad de dinero que se gasta en eso, desde mi punto de vista no se debería de gastar, debería estar regulado, los partidos políticos deberían de tener un acceso justo y equitativo a los medios todos realmente son opciones y aquí parece que el que tiene acceso es el que más dinero tiene; por otra parte, el dinero que obtienen los partidos es dinero del fisco, es decir dinero de la sociedad entonces ese dinero se lo estamos mandando a las televisoras y a las radiodifusoras vía los partidos políticos.

Los medios son los grandes ganadores, no no es suficiente dinero en estas condiciones no es suficiente, lo que debería de hacerse es cambiar ése régimen para que en lugar de que sean los medios los ganadores de los recursos económicos, que son empresas privadas finalmente concesionadas, pero empresas privadas lo que debería de hacerse es establecer una regulación para darle el acceso equitativo y justo a los partidos políticos y de qué manera de una manera distinta no es lo mismo darle a un partido político 30 minutos a la semana o 60 minutos a la semana en una cápsula, a darle 1 minuto diario en horarios preferentes, no es lo mismo definitivamente porque entre más se repite un mensaje es más fácil que cause el efecto mediático en la gente, entonces todo eso yo creo que se tendría, yo diría que regular, yo no estaría porque se les diera más dinero a los partidos políticos más bien había que regular a los medios.

Es importante también el tiempo utilizado en los medios propiedad del estado
¿CUMPLEN ESTOS CON SU FUNCIÓN?

-Bueno yo creo que eso es un avance paulatino para los partidos políticos a partir de la reforma constitucional de 1996 a nivel federal y de las reformas en 1998 local se les otorgan prerrogativas y se dice, bueno los partidos van a gozar de prerrogativas en dinero y tiempo en medios de comunicación, bueno a nivel federal podríamos decir más o menos les fue bien a los partidos por qué, porque tuvieron acceso a la televisión nacional que estaba vetada para los partidos excepto para uno.

Bueno les convino o no les convino la forma en la que se les otorgaron los tiempos para que pudieran difundir sus plataformas, de algo a nada era mejor algo, pero no fue suficiente desde mi punto de vista, la forma en que se otorgaron los tiempos a nivel federal, pero finalmente vía la televisión nacional nos enteramos de la existencia de los partidos políticos nacionales.

En el Estado de México se otorgan también esas prerrogativas y se dice: los partidos van a gozar de dinero y van a gozar de tiempo en los medios propiedad del Estado, concretamente ésta es una televisión que apenas tiene un crecimiento real en el año 2002, porque el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense en esa fecha prácticamente no existía, era mínima su presencia, existía en el valle de Toluca que representa al 30% de la población total no ocupaba ni siquiera el 5 o 6 % de la audiencia; entonces los partidos sí tienen esos espacios y no sirven primero porque el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense no tiene tanta influencia y segundo porque no tiene una proyección hacia el resto del estado que es nuestra dificultad geográfica, es una realidad tremenda: los partidos políticos del Estado de México tienen que contratar a nivel nacional porque en los medios locales y bueno ni siquiera el canal 4, con corte de señal es un medio eficaz para los partidos políticos del Estado de México ésa es la dificultad, si un partido político quiere influir en la zona del Valle Cuautitlán- Texcoco vía la televisión tiene que pagar a precios de televisión nacional a precios de cobertura nacional, o sea, absurdo bueno a finales del 2001 y principios de 2002 el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense empieza a hacer la transmisión de su señal hacia ésta zona del valle Cuautitlán- Texcoco, sin embargo es muy poca influencia, es muy poca la gente que conoce el canal 34 en esta zona, porque no llega a toda la zona del valle a pesar de la repetidora que hay por Amecameca entonces, con ese juego de medios es con lo que los partidos políticos cuentan y no es redituable.

A los partidos políticos no les interesan esas prerrogativas de los medios locales, se les dio pero no sirve de nada, el único partido que lo aprovecho de manera eficaz y eficiente la prerrogativa fue el PRI, ninguno y digo de manera eficaz entendiendo por eficaz el hecho de haber hecho utilizar el tiempo que el estado le otorgaba porque ningún otro partido lo hizo; a mí me tocó presidir la Comisión de Radiodifusión y el representante del PAN me decía: "a

nosotros no nos interesa el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense porque no tiene influencia además el difundir ahí causa un poco de desprestigio"

En las distintas etapas de desarrollo del Sistema, los partidos políticos no lo usaron por varias razones: no les interesaba, consideraban que su imagen se deterioraba y la más importante es el costo de producción de los mensajes era mucho mayor que lo que les podía reeditar, ya que sólo se transmitían los programas. En la comisión de radiodifusión desde que se instaló en 1999 hasta 2003 cada sesión hacíamos llamados permanentes a los partidos a utilizar los espacios que les otorgaba el estado, a que no los perdieran porque no los usaban. El problema es que en los partidos políticos no producen entonces el Sistema de Televisión repite los mismos programas que le han proporcionado y no tienen variedad y no hay a quien le interese, sin embargo ahora creo que hay una pequeña variación, se hicieron esfuerzos para modificar la presentación de los partidos políticos hacia la sociedad pero esto no deviene de los partidos deviene del Instituto entonces más o menos ese es el esquema. Yo creo que si un partido lo utilizara, bueno el PRI utiliza el 100% de los espacios pero fuera de él, si un partido político llega a utilizar o a utilizado el 60% del espacio es mucho, la mayor parte ha utilizado el espacio y desde 1999 hasta 2003 en alrededor del 30%.

Hemos hablado acerca de la ventaja que tienen los medios de comunicación comerciales gracias a su cobertura y penetración, entonces ¿CUÁL ES EL PAPEL DE LOS MEDIOS COMERCIALES, NACIONALES PARA UN PROCESO LOCAL, ES DECIR, QUE IMPLICA?

-La influencia es total en el medio nacional, es muy probable que mensaje llegue a todas partes, implica que los partidos se gasten todo su dinero, a que los partidos busquen una fuente de ingreso para poder competir en campañas nacionales, dificultades para el Instituto Electoral y para los partidos políticos pero lo que ahora han hecho los partidos es sacar campañas genéricas por así decirlo, esas campañas genéricas difunden todo que creen lo más importante; es nada más vota por los candidatos a ayuntamientos de tal partido, por los candidatos a diputados, sin que los mensajes vayan más enfocados, ó a menos de que les interese algo más específicamente, más bien obligan a los partidos a llevar a cabo mensajes genéricos, obliga al Instituto Electoral a derogar fuertes cantidades de dinero para poder hacer una difusión mínima y a veces hasta raquítica y por otra parte creo yo que obligan a difundir solamente aspectos verdaderamente concretos y específicos para la elección por ejemplo en el caso del Instituto, el Instituto nunca pagaría una campaña en medios nacionales llamando a la gente a capacitarse, sí se hicieron esfuerzos pero a veces es dinero tirado la basura, o sea uno o dos mensajes en horarios triple A para que lo vea el grueso de la gente, no causa tanta influencia o el efecto mediático que se quisiera, la gente podrá enterarse de que existe, pero eso en el plan de medios: la contratación de los medios nacionales y los mensajes son muy concretos es fecha de la elección y acude a votar no hay más; porque llevar a cabo toda la difusión que requeriría el instituto no alcanza, no hay cantidad de dinero que alcance y los partidos políticos están sentenciados a ese esquema de medios nacionales, si acaso debieran

contratarse como estrategias en municipios como Ecatepec o Nezahualcoyotl donde el grueso de la votación puede ser determinante para integrar la mayoría del Congreso entonces a la mejor ahí si se le invierte.

¿IMPLICA PARA EL INSTITUTO UNA LIMITANTE EN EL SENTIDO DE QUE ESTÁ FUERA DE SU CONTROL, EL USO QUE TENGAN LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LOS MEDIOS NACIONALES O COMERCIALES?

-En términos de mensajes no, el Instituto tiene que velar por el respeto en la contienda de los actores políticos, entonces ahí no porque existen mecanismos para dirimir controversias de propaganda entonces si algo sale en el medio nacional, como ocurrió ya que un partido político pueda mostrarse ofensivo hacia otro, el Instituto a través de los procedimientos para dirimir controversias de propaganda, emite sanciones ahí no es problema, en término de la fiscalización es mucho más fácil porque es muy notorio cuando un partido político utiliza medios nacionales, no hay manera de que en canal 2, 4 ó 5 pase desapercibido, entonces es más fácil para fiscalizar el gasto del partido político en medios porque no es muy común que alguien contrate medios nacionales por los costos, entonces en términos de mensajes, en términos de fiscalización, es mucho más sencillo el control en medios nacionales.

La problemática viene en términos de participación ciudadana eso sí no es controlable, porque el hecho de que los medios sean tan caros, su contratación implica una menor difusión de plataformas, una menor difusión de mensajes, una menor difusión de actividades del instituto, menor difusión de los candidatos en fin ahí si pega al proceso electoral y definitivamente aunque no haya una relación directamente proporcional entre mayor difusión igual a mayor votación, aunque no exista esa relación desde mi punto de vista, definitivamente es mejor que la gente esté enterada a que no esté enterada, que quede en su conciencia el salir o no a votar; digo lo siguiente porque en 1999, por ejemplo hicimos un esfuerzo para difundir la fecha de la jornada electoral, porque creíamos que ahí era donde estaba el problema. Miguel Ángel Granados Chapa había sido candidato del PRD al gobierno del estado de Hidalgo y cuando terminó la elección hubo un índice de votación del 13% una catástrofe de abstencionismo esta es la realidad y entonces Granados Chapa planteó: "hay responsabilidad de los institutos electorales y es responsabilidad del gobierno del estado, porque la gente ni siquiera sabía cuándo eran las elecciones".

Nosotros retomamos ese comentario y dijimos a nosotros no nos pasa efectivamente se hizo una encuesta y la primera encuesta de la elección de donde sale Montiel nos indica que solamente 22% de la población conocía la fecha en que se iba a votar, hicimos el esfuerzo hasta que al final, previo a la jornada electoral se hizo otra encuesta y el 80% de la población sabía que iba a haber elecciones y la fecha de la elección y sabía porque se iba a votar y a la hora de la votación teníamos un índice de menos del 50% alrededor del 48% entonces no hay una relación proporcional, el hecho de que la gente sepa cuándo va a ver elección no quiere

decir que vaya a votar, no quiere decir que con eso se reduce el abstencionismo esa es la problemática desde mi punto de vista y esa relación de mensaje- información igual a menor abstencionismo no me parece muy adecuado.

El caso del año 2000 fue excepcional porque se trató de una elección concurrente, federal y local ¿SE UTILIZÓ UNA ESTRATEGIA DIFERENTE DE COMUNICACIÓN?

-El hecho de haber sido concurrente si fue completamente distinta y diría yo poco eficaz porque estábamos compitiendo con los actores a nivel nacional y con los medios a nivel nacional y en realidad lo que hicimos fue, sí se metió mucho dinero, en ese año a los medios pero no podemos competir: en mensajes, ni en tiempos, pero finalmente nosotros lo que nos ayudó desde entonces fué la comunicación alternativa, entendiéndose por ella la comunicación directa verbal con la comunicación directa gráfica esa era nuestra gran válvula de escape nuestra salida, nosotros no pudimos competir con los nacionales y por más esfuerzo que hicimos había confusión en los mensaje algunos de los cuales no nos convenían porque técnicamente eran muchas complejidades, te pongo un ejemplo para nosotros era muy importante que los ciudadanos fueran a actualizar la lista nominal y para el Instituto Federal Electoral era más importante que la gente recogiera su credencial para votar, es decir, nosotros queríamos que la gente se fuera a inscribir y ellos que fueran a recoger sus credenciales, había una serie de complicaciones técnicas que solamente se resuelven de otra forma; esa fue la experiencia del 2000 para mí no fue tan buena en términos de medios pero de esa aprendimos a utilizar la comunicación alternativa que fue la que utilizamos en los siguientes años entonces el gasto institucional ya no se hizo tanto hacia los medios, si se utilizaron pero dimos prioridades a las jornadas de cultura cívica, a las conferencias, dimos prioridad a la comunicación directa con los ciudadanos a la entrega de volantes, al perifoneo por ejemplo que resultó ser la gran maravilla para el Instituto porque la gente tuvo una recepción adecuada de los mensajes, se acercaban con los anunciantes, logramos hacer mítines en algunos casos y bueno ahí si no competimos contra los medios era una competencia directa y mucho más barata infinitamente más barata.

En ese proceso fuimos rebasados por el proceso federal en el sentido informativo sí, en el sentido organizativo no porque finalmente el IEEM estaba mejor preparado definitivamente en todos los aspectos teníamos todos nuestros instrumentos en la casilla, se instalaron todas las casillas, el IFE tenía que pedirnos prestados funcionarios para instalar las suyas e incluso a partir de ese momento, se pensó, bueno surgió en el país una corriente orientada desde el Estado de México a decir bueno hay que poner atención en si el IFE continúa organizando los procesos electorales federales ó locales pero la experiencia en el Estado y están las versiones estenográficas de las sesiones del Consejo por parte de los representantes de los partidos políticos y es que los Estados deben de organizar los procesos electorales incluso los federales, entonces en términos organizativos no, en términos de

comunicación no se puede competir no podríamos decir, quizás de manera tajante que no rebasaran simplemente no podíamos competir.

Hay una paradoja, a veces la gente en las comunidades o localidades se interesan más por ir a votar por su presidente municipal que por alguna de las figuras federales, por la identificación e interés por el cargo, sin embargo en el Proceso del año 2000, la campaña de Vicente Fox, influyó tremendamente al grado que creyeron el proceso federal mas importante ¿HUBO VOTO DIFERENCIADO?

-En términos de efectos mediáticos la campaña de Fox no empezó el año anterior, la campaña de Fox inicio como cinco o cuatro años atrás y la campaña de los otros partidos políticos empezaron dos años atrás, o sea que ya viene un fenómeno mediático que tiene que ver con unas realidades y donde los medios de comunicación, ahí si no pueden hacer nada, sí yo creo que los medios buscaron cómo ajustarse a la contienda; pero cuando hay una transformación política- social los medios no saben qué hacer y es éste el caso yo creo que los medios intentaron influir en el ánimo de la gente vía los procesos electorales, pero primero había una condición elemental en la ciudadanía y eso no se puede cambiar de la noche a la mañana, no se puede influir así como así y es que: la gente quiere un cambio y es así de sencillo, así el medio hubiere estado diciendo todos los días desde mi punto de vista, no al cambio hay una realidad con la cual no pueden jugar los medios y esa realidad de las necesidades sociales y políticas que tiene la población. Los medios pues están en su papel, nosotros no podemos competir con ellos pero la comunicación alternativa otra vez, es la que si viene a competir en ese sentido tenemos un fenómeno político cultural muy interesante que es el voto diferenciado.

Quien compite, había que ver si es producto de los medios o de la comunicación alternativa porque ningún candidato a presidente municipal ó a diputado pudo competir con la cantidad de información que se estaba generando en las elecciones presidenciales, no se pudo competir contra eso fue arrollador entonces aquí se presenta el voto diferenciado que responde más a una alianza estratégica de carácter político de un líder de una comunidad o un municipio para hacer llegar a la presidencia de la República a un candidato aunque sea de otro partido, por ejemplo las alianzas diferenciadas no responden al efecto de los medios, yo creo que no hay que atribuirle a los medios cualidades mágicas; respecto del voto diferenciado, porque muchos fenómenos de carácter político, social, cultural que influyen en las votaciones como para determinar el voto diferenciado, en fin yo creo que la elección del 2000 todavía van a pasar muchos años antes de saber que fue realmente lo que pasó.

Sobre **¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN SE BASA UN ELECTOR PARA DECIDIR LA FORMA, EL SENTIDO EN QUE EMITE SU VOTO?**

-La emisión de un voto tiene que ver con muchas cosas, yo diría el tipo de información es un factor, pero la emisión del voto o si nos vamos a los aspectos negativos por ejemplo: la emisión de un voto tiene que ver con cohesión, con cubrir una serie de satisfactores, con un estado de ánimo, hoy estoy de buenas voy a votar, tiene que ver con una formación cívica, es decir yo quiero un país pacífico voy a votar porque se es la forma de acceder al poder, tiene que ver con factores económicos hoy si voy a trabajar primero emito mi voto no importa que llegue tarde ó sino voy a trabajar me descuentan el día.

Ahora yo creo que en términos de información se juega con ella en todo momento: al emitir un voto, con saber si voy a tener tiempo para votar, con saber quiénes van a ser los candidatos, juega con la información de que demonios es lo que se está votando, para qué lo voy a elegir y cuándo se realiza la elección. Qué tipo de información requiere el elector, yo creo que la elemental, que es cuándo se vota, qué se vota, por qué se vota, esa es una información elemental, informaciones más complejas: qué plantean los que se están postulando, mucho más complejas: qué hay detrás de los que se están postulando y si te vas a complejidades extremas: quiénes son estos, qué han hecho de sus vidas.

Eso es lo primordial, lo necesario pero en realidad **¿QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN TIENE EL ELECTOR?**

-Bueno yo creo en realidad que la información que tienen es una información mínima, elemental, difícilmente la gente puede tener precisión sobre lo que esta planteando cada actor político, solamente, en las elecciones a nivel municipal si se sabe con mucha precisión, a la mejor una promesa de campaña es construir un puente, entonces si el otro dice no construyo el puente: el caso de Atenco unos si al aeropuerto y otros no ahí no hay vuelta de hoja si mi voto va a estar determinado por la construcción o no del aeropuerto entonces ahí si, se acabó, pero hay otros a medias tintas, yo creo que la gente si diferencia cuando se trata de problemáticas muy concretas, muy específicas pero en términos genéricos difícilmente se puede tener la información suficiente para poder determinar un voto, no se tiene porque no llega la información.

El ciudadano común y corriente expuesto a los medios ve una realidad ficticia, esa realidad ficticia tiene que ver con la forma en que presentan los mensajes por parte de los noticieros: ahorita me están hablando de un partido político y al rato me hablan de un secuestro o sea lo vinculo, en el efecto mediático cuando el partido político a lo mejor ni es gobierno ahí donde se está teniendo la inseguridad, la forma de presentar las noticias es realmente absurda de repente puedes estar pensando y no saber si la señora de Fox va a ser candidata a la presidencia, pero ya sabes que México ganó 2-1, entonces cual es la relación de

esa información fragmentada, segmentada solamente que la decodifiques de manera correcta se puede tener un nivel de información aceptable para la toma de decisiones.

Yo creo que es eso, te bombardean durante un año y medio con el caso de Gloria Trevi, tú sabes quien es Gloria Trevi, quienes son sus amantes, que si su hija tuvo un problema, que Mari boquitas, en fin, pero qué están plantando los actores políticos, no lo saben, tendrías que leer tiene que ver con el hábito de lectura.

Pero entonces esa ¿ES INFORMACIÓN O DESINFORMACIÓN?

-Por una parte tienes una serie elementos informativos que no te informan y por otra parte tienes la necesidad de un juego por eso te decía, qué tipo de información requiere un ciudadano pues es que es mucha, va de la mas simple a la mas compleja estás inmerso en un juego en el que los candidatos tienen que venderse como productos no? eso ya es lo atroz, el hecho de que una persona este bonita no significa que sea buena y el hecho de que sea buena, no tiene que ser bonita, ¿cómo determinas lo que es bello? simplemente utilizas técnicas de mercado, lo que le guste mas a la gente es mas bello, lo que no les guste pues es menos bello y eso es lo que ha han hecho los candidatos se han convertido en productos se han intentado meter en la canasta básica ya no es leche, huevos y frijoles también es candidato entonces al candidato hay que darle una buena cara, qué mensaje pueden dar cuando lo que están buscando es el mejor perfil, es componer la dentadura, el candidato se está convirtiendo en algo verdaderamente impersonal.

En 1999 el representante del PAN nos prona incluir la fotografía de su candidato en la boleta electoral, estaban orientado claramente buscar un efecto mediático vía una personalidad que creían aparentemente era atractiva para el sector de mujeres, no se puede, no son reglas del juego pero eso es lo que ellos están haciendo, están proyectando eso a ver quién saca el mejor slogan aunque sea ficticio o a ver quien saca la mejor imagen aunque en la realidad no corresponda esa información a cómo determinas un voto.

El trato personal que me pueda dar un candidato, la influencia, ¿EL CONTACTO DIRECTO ES MÁS IMPORTANTE QUE EL INDIRECTO OFERTADO POR LOS MEDIOS?

-Si tú eres la que vas a votar sí, si lo ves como fenómeno masivo no, no es mas importante el acercamiento entre el candidato y la persona que la difusión en el medio masivo, porque cuántas personas podrán saludar al candidato a gobernador en noventa días de campaña o ponle en ciento veinte días de campaña y precampaña, cuántas personas alcanza a saludar de alrededor de ocho millones de habitantes con posibilidad de votar, cuántos alcanzaría a saludar directamente, no puede saludar a todos saludará a cien mil en exceso, en qué momento cómo hablas con cien mil personas al mismo tiempo, no se puede.

En cambio en el medio pues das el mensaje, influyen determinadamente los mass media yo no llamaría medios de comunicación, estoy hablando de medios de comunicación y no comunican nada. Pero si lo pones del lado de la persona que va a votar, yo encantado de conocer a los candidatos, los puedes ver hasta te puedes dar una percepción incluso sensorial, dices me cae bien, no me cae bien, me da buena vibra no me da buena vibra.

Este es el caso de la cobertura, pero ¿RESPECTO A LA PENETRACIÓN?

-Ahí si es mas efectivo, ni siquiera el candidato para mi es mas efectivo el convencimiento personal, que el convencimiento en mass media, ahí si definitivamente incluso aunque no fuera el candidato, un simple allegado de un nivel "N" del candidato que se acerque a ti y platique contigo, por ese solo hecho a lo mejor es mas factible que yo emita mi voto a su favor, entonces en términos de penetración no es comparable, no es comparable dos minutos de spot a una charla de treinta minutos.

¿CREE QUE SOMOS UNA SOCIEDAD MASIFICADA ?

-Masificada sí y mediatizada también porque bueno, en términos de lo masivo ahora ya todo es masivo, la cantidad de población que existe no permiten otra cosa: la producción tiene que ser masiva, los fenómenos de comunicación tienen que ser masivos, todo es masivo un cine, un estadio, mediatizada también, completamente incluso yo comparto esa idea con Humberto Eco de los apocalípticos e integrados porque, apocalípticos todos los que dicen: la sociedad está mal con la televisión que tenemos o los medios que tenemos, integrados vamos adelante con lo que tenemos y yo lo reduzco a lo que expresó en una conferencia en el 2001 dijo: "estamos en este mundo dos tipos de gente los que estamos dentro de los medios y los que están fuera de ellos. Dentro tienes una serie de privilegios condiciones, concesiones que tienen que ver con ser factor de influencia dentro del medio, los que no están es el grueso, es la masa, la masa que se ve involucrada en todas esas decisiones que toman los que trabajan en los medios o los que de alguna u otra manera influyen, entonces, completamente mediatizada una sociedad mediática que se mueve a través de información imprecisa en donde las elites se van construyendo cada día de mejor manera a partir del control y manejo de la información quien controla la información tiene el poder y la controlan bien.

Ortega y Gasset en su clásico de la rebelión de las masas refiere que ésta rebelión es la negación del individuo mismo, en este tenor ¿CREE QUE EL ABSTENCIONISMO SEA UNA NEGACIÓN DE LAS MASAS?

-Sí yo creo que es una rebelión de las masas, es una rebelión que tiene que ver con múltiples factores pero si les ponemos nombre a esos factores tiene que ver con: no gano dinero, me ha ido mal, no me interesa por que la política es pura grilla, tiene que ver con me

han atacado demasiado, pago demasiados impuestos no quiero regalarle dinero al gobierno, tiene que ver con convicción o sea si el abstencionismo es una rebelión, en mayoría sí, tiene que ver con la insatisfacción que produce en los individuos estar en una sociedad donde todo se resuelve de manera vertical por quienes sustentan el poder porque todo se decide de manera vertical, donde existe impunidad, inseguridad donde no se puede confiar en nadie ni en nada, sí es una rebelión.

Hablamos de los mass media de la penetración, de la cobertura que tienen, en el caso de las elecciones locales también podemos concluir que la televisión es el medio mas importante, Geovani Sartori en su libro de Homo Videns, se refiere a una cultura visual, sólo creemos lo que vemos ¿QUÉ OPINIÓN LE MERECE?

-Tiene toda la razón del mundo, el asunto de lo visual es cierto, cuánto tiempo pasamos frente a las televisiones o expuestos a la televisión, o te lo pongo mas sencillo cuántas televisiones tenemos en casa, aquí tenemos tres para una familia de tres adultos y dos niños, entonces definitivamente lo visual esta influyendo de manera significativa y lo lamentable es que parece que lo visual es cierto, que todo lo que vemos lo creemos y digo es lamentable porque detrás de cada imagen hay una cantidad impresionante de variables que pueden llevarte a decir me esta mintiendo o no me esta mintiendo, si definitivamente nos hemos convertido en animales visuales ahora, pero para efectos en las elecciones del Estado de México, lo visual tiene que ver con los medios alternativos por los costos que te comentaba y los alternativos son los espectaculares por ejemplo, toda esa propaganda negra que a veces se hace por ejemplo deteriorando la imagen de los rostros de los candidatos porque como la gente si cree en eso, por ejemplo el caso de Durán en 1999 alguien por ahí sacó propaganda negra entonces el Durán que veías muy bonito en la televisión lo veías en una fotografía con el rostro distorsionado y decías éste es Durán, ahí compiten los alternativos no, entonces, sí definitivamente lo crees, lo creo porque lo ví con mis propios ojos.

Las encuestas en los últimos procesos han tenido un papel muy importante ha sido determinante. Hay encuestas de salida el día de la jornada electoral, pero hay también un trabajo previo ¿ES DETERMINANTE EN EL VOTO DE LOS CIUDADANOS?

-Yo aquí haría una diferencia otra vez, a nivel federal sí, a nivel local no, a nivel federal si porque la reacción que puede tener el actor político frente a los resultados de la encuesta puede ser inmediata, tienen recursos, finalmente han hecho contratación con los medios y si en una encuesta se señala que el principal problema es la inseguridad y consideran que el candidato "relación inversa" no ha dado un discurso sobre la inseguridad, al día siguiente tienes el mensaje, al día siguiente tu candidato esta hablando de inseguridad en los foros donde se presente . Entonces yo creo que ahí es mucho mas sencillo, no es tan sencillo en el caso del Estado de México, aquí tenemos a todos los partidos políticos hacen encuestas y saben perfectamente un mes antes cuáles son las preferencias electorales, incluso van haciendo

mediciones de manera permanente, día con día ya que se va acercando la jornada electoral para ver los avances que tienen los actores políticos, estas encuestas les sirven a ellos para tomar decisiones estratégicas de carácter político no tanto para determinar estrategias mediáticas porque no me la puedo jugar en el Estado de México con los medios, si un candidato lleva la delantera en una zona específica del estado y otro se le va acercando por X ó Y esta sintiendo mayor simpatía por la campaña electoral que esta haciendo a lo mejor la solución no es emitir un mensaje en términos de utilización de medios, sino emitir un mensaje en términos de obtención de beneficios para ciertos grupos por ejemplo: yo siento que lleva la delantera lo que voy a hacer es buscar un grupo dentro del candidato que se me esta acercando para tratar de debilitarlo, entonces es una acción de carácter político no es una acción de carácter mediático yo creo que a nivel nacional se juegan los dos factores, las definiciones estratégico políticas, pero también las estrategias mediáticas, en el Estado de México no se puede porque no se puede cambiar de la noche a la mañana un mensaje, en términos de medios no es concebible, en términos de acciones políticas ahí si, entonces las encuestas todos los días te van indicando que es lo que tienes que hacer.

Las encuestas incluso tienen sus efectos mediáticos cuando tu difundes una encuesta, estas buscando un efecto de medios, esto que implica, por ejemplo un candidato que se siente ganador o que quiere dar un mensaje a ciertos inversionistas manda a hacer una encuesta, si la encuesta es seria, el inversionista a lo mejor la cree, si la encuesta es de la empresa de mi cuate que me va a dar la ventaja el inversionista no lo cree, entonces al publicar la encuesta yo voy a estar provocando una serie de reacciones de carácter político-económico si alguien pretende hacer una inversión y piensa que conmigo la puede tener garantizada, como candidato vía la publicación de la encuesta se va a dar cuenta que soy un factor real de poder y antes de que ocurra la elección yo puedo amarrar una inversión que se va a vender al electorado o sea, es todo el juego, las encuestas tienen su papel pero para efecto de determinar estrategias mediáticas en el Estado no, salvo en el caso que te dije.

¿QUIÉNES SE ABSTIENEN DE VOTAR?

-Mucha gente, cómo definirlos, la definición mas sencilla es se abstienen de votar los abstencionistas, pero abstencionista puede ser alguien que ya con toda definición dice yo no voy a votar porque no me gustan las elecciones o porque no me gusta ir a votar esa es una persona que se abstiene de votar conscientemente, lo podríamos calificar de abstencionista porque trae una idea precisa de que no debe votar, de que no quiere votar los demás que se abstienen de ir a votar es por flojera, por desinterés en las elecciones, porque le gusta mejor el fútbol, porque ni siquiera se enteraron de que había votaciones, a veces la realidad es muy dura y quienes no están inmersos en los asuntos de la política, o que no les interesa, ni siquiera se enteran de lo que esta pasando, yo he dejado de escuchar radio y ver televisión dos o tres semanas y de repente siento que lo que me están dando los políticos cuando los regreso a ver, están fuera de mi realidad están fuera de mi percepción de juego con mis hijos ,de

actividad cultural con mis amigos y a lo mejor no me entero de cosas que están ocurriendo, eso mismo pasa y se reproduce en nivel genérico por estar mas preocupado para obtener sustento para tu familia, a lo mejor no le pones tanta importancia a la elección.

Quiénes se abstienen de votar, mucha gente, no lo podría definir teóricamente tendrías que entrar en una serie de categorías y analizar esas categorías sería muy interesante, pero esas categorías se vienen analizando desde hace muchísimos años y tienen que ver básicamente yo lo reduzco nuevamente a un asunto de cultura cívica ciudadana y esa cultura cívica ciudadana inicia por el conocimiento de que los procesos electorales son una forma de acceso al poder y que es la única vía que garantiza cuando se respeta que el poder se dispute sin sangre y que un empleo o una actividad económica sea próspera sino hay sangre, se entiende que las elecciones están directamente vinculadas con la paz social, entonces se va a entender la importancia que tienen las elecciones en la vida de cada persona, si tengo paz tengo escuela, es factible que tenga seguridad, que pueda haber un desarrollo económico, si no tengo eso no tengo nada, estoy perdido, si no tengo paz a lo mejor mis hijos no van a la escuela por el temor que cualquier acto violento pueda vulnerar su integridad física, si no tengo paz si abro mi comercio que tal si lo incendian, si no tengo paz a lo mejor bloquean la carretera es lo que les decía a la gente de Ocoyoacac, me bloquean la carretera y entonces no voy a poder sacar mi barbacoa a hacia la Ciudad de México o sea es eso, así lo concibo yo.

Finalmente, ¿LOS MEDIOS INFLUYEN PARA QUE EL ELECTOR SE ABSTENGA DE VOTAR?

-Sí (sonrie) en muchos sentidos y se juega con ello, sí influyen a ver un ejemplo simple, bien sencillo desde el momento que se proyecta un partido de fútbol el día de la elección, desde ese momento es probable que a la gente le importe más el fútbol que ir a votar, desde ese momento influye, ahora, a lo mejor eso ya esta pensado no lo se, yo siempre he creído que sí esta pensado siempre, que hay cosas en los medios que están orientadas específicamente a provocar abstencionismo, pero por otra parte independientemente que haya cosas o acciones que estén enfocadas a provocar abstención, también creo que el hecho de presentar irrealidades por parte de los medios provocan esa abstención ó también el hecho de provocar niveles de sueño entendidos como busca del paraíso, como el status quo , el sueño americano, prefiere uno mejor estar buscando de qué manera se embellece o de que manera obtienes un volkswagen, que ir a votar .

¿QUÉ FALTA POR HACER? que les falta a los partidos, a la autoridad electoral, a los ciudadanos, a los medios.

-Lo que pasa es que lo primero que hay que hacer desde mi punto de vista es analizar verdaderamente la influencia que tienen los medios en las elecciones, esa es una tarea fundamental para poder legislar de manera adecuada y poner límites porque no puede ser que

los medios sean los que determinen nuestras proyecciones sociales, culturales, económicas, no puede ser porque son intereses específicos muy claros, no son intereses que representen a toda la sociedad, representan a particulares, entonces se necesita revisar con mucho detalle eso y por otra parte la labor del instituto-partidos tiene que ser muy fuerte, combinadas con acciones de gobierno para difundir valores democráticos y promover la cultura cívica pero esto es algo que debe analizarse con mucho detalle y tener acciones muy precisas y muy concretas que van incluso digo yo, desde la formación preescolar que es donde hay que poner fundamental atención yo creo que son futuras generaciones las que pueden dar el salto, éstas no, estas ya no porque de alguna manera están muy contaminadas por ese auge de los mass media entonces hay que educar a las nuevas generaciones a convivir con los mass media pero de una manera racional a efecto de que seamos los hombres y las mujeres los que determinemos los comportamientos sociales y no una pantalla de televisión.

APÉNDICE 2

CUESTIONARIO

MUNICIPIO: _____ FECHA: _____
 EDAD: _____ SECCIÓN: _____
 SEXO: _____

1.- RELIGIÓN:

- | | | | |
|-------------|----------------------|--------------------|--------------|
| a) Católica | b) Testigo de Jehová | c) Evangelista | d) Cristiano |
| e) Mormón | f) Sólo cree en Dios | g) No cree en Dios | h) Otros |

2.- ¿HASTA QUÉ GRADO ESTUDIÓ USTED?

- a) Sin escolaridad ¿Sabe leer y escribir? NO _____ SI _____
 b) Primaria incompleta
 c) Primaria completa
 d) Secundaria incompleta
 e) Secundaria completa
 f) Bachillerato incompleto
 g) Bachillerato completo
 h) Carrera técnica o comercial
 i) Carrera profesional incompleta
 j) Carrera profesional completa
 k) Posgrado

3.- DE LOS NOTICIEROS TELEVISIVOS QUE LE VOY A MENCIONAR, POR FAVOR DÍGAME ¿CUÁLES HA VISTO Y CUÁLES PREFIERE?

	HA VISTO	NO HA VISTO	PREFIERE	NO PREFIERE
a) López Doriga	_____	_____	_____	_____
b) Hechos	_____	_____	_____	_____
c) Enlace	_____	_____	_____	_____
d) Lolita Ayala	_____	_____	_____	_____
e) Blanco y negro	_____	_____	_____	_____

f) Hoy por Hoy _____

4.- DE LOS NOTICIEROS DE RADIO QUE LE VOY A MENCIONAR ¿CUÁL ACOSTUMBRA A ESCUCHAR?

	HA ESCUCHADO		PREFIERE	
	SI	NO	SI	NO
a) Guillermo Ochoa	_____	_____	_____	_____
b) José Gutiérrez Vivó	_____	_____	_____	_____
c) Ricardo Rocha	_____	_____	_____	_____
d) Eduardo Ruíz Healy	_____	_____	_____	_____
e) Abraham Zabludowsky	_____	_____	_____	_____
f) Héctor Lechuga	_____	_____	_____	_____
g) Otros (cuál)	_____	_____	_____	_____

5.- ¿LEE USTED EL PERIÓDICO? SI _____ NO _____
 ¿CUÁL? _____

6.- ¿CADA CUÁNDO LEE USTED EL PERIÓDICO?

Diario _____ a
 Cada tercer día _____ b
 Dos veces por semana _____ c
 Una vez por semana _____ d
 Una vez al mes _____ e

7.- CUANDO USTED LEE EL PERIÓDICO, NORMALMENTE ¿QUÉ SECCIÓN ES LA QUE LEE PRIMERO? Y ¿QUÉ OTRAS SECCIONES LEE DESPUES?

	PRIMERO	OTRAS
POLÍTICA NACIONAL _____	a _____	a _____
DEPORTES _____	b _____	b _____
EDITORIAL _____	c _____	c _____
POLÍTICA INTERNACIONAL _____	d _____	d _____
EVENTOS SOCIALES _____	e _____	e _____
ECONOMÍA _____	f _____	f _____
ESPECTÁCULOS _____	g _____	g _____

SUPLEMENTO CULTURAL _____ h _____ h
 CARICATURAS _____ i _____ i

8.- DE LOS TEMAS QUE LE VOY A MENCIONAR ¿CUÁL ACOSTUMBRA USTED A PLATICAR CON SU GRUPO DE AMISTADES?

Deportes _____ a
 Modas _____ b
 Espectáculos _____ c
 Política nacional _____ d
 Política internacional _____ e
 Religión _____ f

9.- ¿POR CUÁL MEDIO SE ENTERÓ USTED DE LAS ELECCIONES Y DE LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS?

a) Televisión b) Periódicos y revistas c) Radio d) Carteles
 e) Bardas f) Candidatos g) Espectaculares h) Amigos o vecinos
 i) Miembro de algún partido político j) Otro

10.- ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES DESCRIBE MEJOR SU INTERÉS POR LA POLÍTICA?

Me interesa estar informado pero no participo _____ a
 Me interesa y participo activamente en ella _____ b
 Me interesa menos que otras cosas _____ c
 No me interesa para nada _____ d

11.- ¿POR QUÉ CREE USTED QUE LA GENTE SE INTERESA EN LA POLÍTICA?

Opinión favorable _____
 Opinión desfavorable _____

12.- DE LAS SIGUIENTES OPCIONES ¿CUÁL CREE QUE AYUDARÍA A RESOLVER MEJOR LOS PROBLEMAS DEL PAÍS?

Si más gente tomara parte en las decisiones _____ a
 Si las autoridades atendieran todas las peticiones _____ b

Si cada quien hiciera sólo lo que le corresponde _____ c

13.- ¿QUÉ HARÍA USTED SI LO INVITARAN A COLABORAR EN UN ...?

	PARTIDO POLÍTICO	ASOCIACIÓN DE COLONOS
Trataría de ser uno de los organizadores _____	a _____	a _____
Trataría de influir en las decisiones _____	b _____	b _____
Asistiría para ver que pasa _____	c _____	c _____
No iría pero trataría de informarme _____	d _____	d _____
Me negaría porque es inútil _____	e _____	e _____
No contesta _____	f _____	f _____

14.- ¿QUÉ OPINA USTED DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN GENERAL?

a) FAVORABLE () _____

b) DESFAVORABLE () _____

15.- DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS QUE EXISTEN ACTUALMENTE:

a) ¿CUÁL CONOCE?

b) Y DE ESTOS, ¿EXISTE ALGUNO AL QUE LE TENGA MÁS CONFIANZA?

c) ¿EXISTE ALGUNO QUE REPRESENTA MEJOR LOS INTERESES DE LA GENTE?

	a	b	c
PAN _____	1 _____	1 _____	1 _____
PRI _____	2 _____	2 _____	2 _____
PRD _____	3 _____	3 _____	3 _____
PVEM _____	4 _____	4 _____	4 _____
PT _____	5 _____	5 _____	5 _____
PDS _____	6 _____	6 _____	6 _____
CONVERGENCIA _____	7 _____	7 _____	7 _____
ALIANZA SOCIAL _____	8 _____	8 _____	8 _____

16.- ¿CONSIDERA USTED QUE LO QUE PUBLICAN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LOS CANDIDATOS ES CONFIABLE?

a) Sí, porque _____

b) No, porque _____

17.- CONOCE USTED ¿QUÉ ES EL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO?

SI () _____

NO () _____

18.- ¿CONSIDERA QUE EL IEEM MOTIVÓ A LA GENTE PARA QUE VOTARA?

SI () _____

NO () _____

19.- ¿CONFÍA USTED EN LOS REPRESENTANTES DE CASILLA?

Sí, porque _____

No, porque _____

20.- COMO USTED SABE, HAY PERSONAS QUE NO VOTAN ¿A QUÉ CREE USTED QUE SE DEBA ESTO?

a) No creen en la democracia

g) Se lo prohíbe su religión

b) No creen en los candidatos

h) Es más importante trabajar que ir a votar

c) No creen en el IEEM

i) Votaría si le pagaran o dieran obsequio

d) No creen en ningún partido político

j) Otra razón

e) Porque se van a dar cuenta, por quién vota y hay represalias

f) Porque siempre hay alguna trampa o fraude

21.- A USTED EN LO PERSONAL ¿QUÉ LO MOTIVÓ PARA NO VOTAR?

22.-SI HUBIERA NUEVAMENTE ELECCIONES, ¿VOTARÍA?

SI () _____

NO () _____

23.- SABE USTED DIFERENCIAR ENTRE UNA ELECCIÓN LOCAL (DIPUTADOS LOCALES, AYUNTAMIENTOS Y GOBERNADOR) Y UNA FEDERAL (DIPUTADOS, SENADORES Y PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA)?

a) SI

b) NO

24.- ¿ASISTIÓ USTED A ALGÚN ACTO DE PRESENTACIÓN Y/O PROSELITISMO DE LOS CANDIDATOS? ¿FEDERALES O LOCALES, PORQUÉ?

a) Sí a cual y porqué _____

b) No porqué _____

25.- ¿CONOCIÓ USTED A LOS CANDIDATOS DE LAS PASADAS ELECCIONES? ¿A CUÁNTOS?

ELECCIÓN FEDERAL

Presidente

Senadores

Diputados

ELECCIÓN LOCAL

Ayuntamientos

Diputados

26.- ¿CONOCIÓ LAS PLATAFORMAS ELECTORALES DE LOS CANDIDATOS?

a) Sí

b) No

27.- ¿GUÉ SUGERENCIAS HARÍA PARA QUE LA GENTE SE PREOCUPE MÁS POR IR A VOTAR?

- a) Que el IEEM difunda más qué hace para que se respete el voto.
- b) Que los partidos hagan más difusión de sus propuestas.
- c) Que los candidatos nos visiten.
- d) Que en las escuelas les hablen del IEEM y de los partidos políticos.
- e) Que nos den algo a cambio si quieren que votemos.
- f) Otro.

28.- ¿CONSIDERA QUE CON SU VOTO, EN LAS ELECCIONES PASADAS, LOS RESULTADOS HUBIERAN SIDO DIFERENTES?

- a) Sí, porque _____
b) No, porque _____

29.- ¿CONSIDERA QUE LOS PARTIDOS POLÍTICOS SON EL CAMINO PARA CONSTITUIR LA DEMOCRACIA, DONDE SE RESPETE AL PARTIDO QUE ELIJA EL PUEBLO PARA GOBERNAR?

- a) Sí, porque _____
b) No, porque _____

30.- ¿CONSIDERA QUE LOS PARTIDOS POLÍTICOS CUMPLEN CON SU FIN?

- a) Sí, porque _____
b) No, porque _____

31.- ¿SABE QUÉ PARTIDOS Y CANDIDATOS GANARON LOS CARGOS DE ELECCIÓN POPULAR POR LOS QUE SE COMPITIÓ?

ELECCIÓN FEDERAL	ELECCIÓN LOCAL
Presidente _____	Ayuntamientos _____
Senadores _____	Diputados _____
Diputados _____	

32.- ¿QUÉ TENDRÍA QUE HACER UN PARTIDO PARA QUE USTED VOTARA POR EL?

- a) Que me pague o me haga un favor.
b) Que busque mejorar las condiciones de vida para todos.
c) Que el candidato sea de mi agrado aunque no gane.
d) Que me den trabajo si ganan.
e) Que pongan a un gobierno plural, escogiendo a los mejores hombres de todos los partidos, si ganan.
f) Otro. _____

34.- ¿QUÉ CREE QUE SEA MEJOR VOTAR POR UN PARTIDO O POR UN CANDIDATO?

35.- ACTUALMENTE ESTA USTED:

- a) Empleado
- b) Desempleado
- c) Estudia
- d) Hogar
- e) Jubilado

36.- Y SU OCUPACIÓN PRINCIPAL ES:

- a) Empleado de gobierno.
- b) Empleado de empresa privada.
- c) Negocio propio.
- d) Estudiante.
- e) Profesionista independiente.
- f) Patrón o empresario.
- g) Campesino o ejidatario.
- h) Oficio.

BIBLIOGRAFÍA

Almanaque Mexicano, México, 2001.

Arreola Ayala Álvaro (coordinador), *Año 2000: las elecciones en el Estado de México y los medios de comunicación*, editada por Departamento de promoción editorial del Centro de Información Electoral, México, 2000.

Arreola Ayala Álvaro (coordinador), *Elecciones: un informe a la ciudadanía*, editada por Departamento de promoción editorial del Centro de Información Electoral, México, 2000.

Bahena Guillermina, *Manual para trabajos de investigación documental*, Editores mexicanos unidos, México, 1998.

Bobbio Norberto, *Diccionario de Política*, editorial Siglo XXI, México 1998.

Borja Rodrigo, *Enciclopedia de la política*, editorial Fondo de Cultura Económica, México 1997.

Carmona Herrera José Lino, *La administración pública; un medio para el cambio social*, Tesis, FCPYS, UNAM.

Colomé Gabriel, *Política y medios de comunicación, una aproximación teórica*, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 1994.

Comisión de Radiodifusión y Propaganda del IEEM, *Los partidos políticos y los medios*, editada por Departamento de promoción editorial del Centro de Información Electoral, México, 2000.

Comisión de Radiodifusión y Propaganda del IEEM, *Normatividad en materia de propaganda electoral*, editada por Departamento de promoción editorial del Centro de Información Electoral, México, 2000.

Crespo José Antonio, *Elecciones y democracia*, Cuadernos de divulgación de la cultura democrática, IFE, 1997.

Duverger Maurice, *Métodos de las ciencias sociales*, editorial Ariel, México 1999.

Gobierno del Estado de México, *Gaceta del Gobierno*, Gobierno del Estado de México, 1999.

Gobierno del Estado de México, *Manual del Ciudadano*, Gobierno del Estado de México, 2000.

Gobierno del Estado de México, *Segundo Informe de Gobierno*, Gobierno del Estado de México, 2001.

González Reyna Susana, *Manual de Investigación documental*, editorial Trillas, México 1988.

Hernández Santieri Roberto et al, *Metodología de la Investigación*, editorial Mcgraw Hill, México,

Huntington Samuel P., *El orden político en las sociedades en cambio*, editorial Paidós, España 1997.

Instituto Electoral del Estado de México, *Legislación electoral del Estado de México 2002*, editada por Departamento de promoción editorial del Centro de Información Electoral, México, 2002.

Instituto Electoral del Estado de México, *Memoria del proceso electoral 1999*, editada por Unidad de Comunicación Social, México, 2000.

Instituto Electoral del Estado de México, *Memoria del proceso electoral 2000*, editada por Unidad de Comunicación Social, México, 2001.

Instituto Electoral del Estado de México, *Apuntes Electorales No. 1*, editada por la Dirección de Partidos Políticos, México, 2000.

Instituto Electoral del Estado de México, *Apuntes Electorales No. 4*, editada por la Dirección de Partidos Políticos, México, 2001.

Instituto Electoral del Estado de México, *Apuntes Electorales No. 8*, editada por la Dirección de Partidos Políticos, México, 2000.

Instituto Federal Electoral, *Apuntes de Cultura Democrática No. 3*, IFE, México, 1999.

Instituto Federal Electoral, *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, IFE, México, 2000.

Instituto Federal Electoral, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales* COFIPE, IFE, México 1999.

Lang G; Lang K., *Politics and televisión*, Sage, USA, 1984.

Merino Mauricio, *La Participación ciudadana en la democracia*, Cuadernos de divulgación de la cultura democrática, México, IFE, 1997.

Milburn M., *Persuasion and politics*, The social psychology of public opinion, Brooks Ed., Belmont, 1991

Mohammad Naghi Namkfoosh, *Mercadotecnia electoral*, editorial Limusa, México, 1998.

Nohlen Dieter, *Los sistemas electorales en América Latina y el debate sobre la reforma electoral*, UNAM, México, 1993.

Nohlen Dieter, *Sistemas electorales y partidos políticos*, editorial Fondo de cultura económica, México, 1994.

Palma Samuel, *La competencia política*, Rayuela editores, México 1998.

Panebuianco, A., *Comunicación política* en: Bobbio, Mateucci, Diccionario de Política, Madrid, Siglo XXI, 1982.

Paoli José, *La comunicación*, editorial Trillas, México, 1999.

Sartori Giovanni, *La sociedad teledirigida*, editorial Taurus, España, 1998.

Sartori Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, editorial Nueva Imagen, México, 1996.

Tudor Andrew, *Cine y comunicación social*, editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1994.

Weber Max, *El político y el científico*, editorial Era, México, 1989.

HEMEROGRAFÍA

LA JORNADA, "Se anuncia el anteproyecto de reforma a la ley federal de radio y televisión", domingo 3 de octubre de 2004.

PÁGINAS DE INTERNET

www.edomex.gob.mx

www.ieem.org.mx

www.inegi.gob.mx

www.ife.org.mx