



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE PSICOLOGIA

**LA RELACIÓN ENTRE LOS SPOTS POLÍTICOS Y EL TIPO
DE RECUERDO EN TORNO A LAS ELECCIONES DEL 2006.**

Tesis

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PSICOLOGÍA**

Presentan:

Antonio Castro García

Diana Bermejo Huerta

Directora:

Dra. María Ignacia Georgina Ortiz Hernández

Revisora:

Mtra. Miriam Camacho Valladares

Jurado:

Dra. Lidia Aurora Ferreira

Dra. Victoria Magdalena Varela Macedo

Dr. José Francisco Fernández Díaz



Ciudad Universitaria, D.F

2013



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

Primeramente agradecemos a la UNAM, nuestra *Alma Máter* y guía de vida, por forjar nuestra identidad de pertenecer a una comunidad de memoria, de tradición de cultura, de ideales justos y seres sensibles, humildes receptores del conocimiento.

A la Dra. Georgina Ortiz, nuestra directora de tesis, quién nos compartió sus conocimientos e investigación para que aprendiéramos y confrontáramos los caminos de la discusión, el análisis y la metodología de una disciplina fértil y noble. Por su aprecio y afecto hacia nuestras personas el cual retribuimos en respeto y gratitud.

A la Maestra Miriam Camacho por cobijarnos en sus conocimientos, su sentido crítico, su tiempo ilimitado, su confianza para con nuestro trabajo y su amistad.

A nuestras familias que contribuyeron con la paciencia, apoyo y el esfuerzo requerido para llegar a que lográramos este objetivo tan importante para nuestra vida.

A nuestros revisores y sinodales: Dra. Lidia Ferreira, Dra. Magda Varela y Dr. Francisco Fernández Díaz que de manera crítica nos hicieron reflexionar y traducir sus cuestionamientos a la búsqueda de respuestas.

Al tiempo y espacio que nos toco vivir...

Dedicatorias

A mi Madre, mi más grande bendición, quien siempre confió en mí y alienta mis esperanzas. A mi Padre, que me enseñó la perseverancia y el amor a otros. A mi Hermana quien ha sido mi ejemplo e inspiración.

Diana.

A Lucia y a Esteban, mis amados hijos que me enseñaron que las circunstancias más adversas pueden superarse. A Antonio y Lupita, mis padres, que me enseñaron a tolerar, a tener causas y objetivos de vida, a construir y a volver a iniciar si es necesario.

Antonio.

Índice:

Resumen	6
1. Introducción	7
1.1 Objetivos	10
1.2 Hipótesis	10
2. La Psicología social en el campo de la política	12
2.1 La realidad social y su aprehensión	12
2.2 El proceso de memoria colectiva y el recuerdo de los acontecimientos políticos	14
2.3 Interacción social y comunicación	15
3. Medios de comunicación y procesos electorales. La experiencia de 2006	21
3.1 La comunicación y la propaganda política	23
3.2 Los elementos del spot político	25
3.3 El enmarcado o “framing” para la construcción y análisis del spot político de 2006	27
4. Memoria colectiva y olvido social, una perspectiva de análisis	37
4.1 Tiempo y espacio	38
4.2 Fronteras de la memoria colectiva	38
4.3 Olvido social	41
4.4 Memoria colectiva y el futuro del grupo	45
5. Opinión pública, actitudes y procesos políticos	47
5.1 Lo público y lo privado	50
5.2 La opinión pública y los procesos políticos	51
6. Democracia y cultura política en México	55
6.1 Ideal de la democracia	55
6.2 Elecciones y democracia	59

6.3 Historia breve de las elecciones y la democracia en México.	
La memoria histórica	61
7. Método	78
7.1 Planteamiento del problema	78
7.2 Justificación	78
7.3 Instrumento	78
7.4 Participantes	79
7.5 Mediciones	81
8. Resultados	82
9. Discusión	101
9.1 Memoria y democracia	101
9.2 Medios de comunicación en el proceso electoral de 2006	104
9.3 Papel de las Instituciones Electorales y la percepción de la democracia	109
10. Conclusiones	115
11. Bibliografía	120
12. Anexos	127
12.1 <i>Anexo 1</i> Instrumento “Memoria y Olvido Colectivo de las Elecciones Presidenciales de 2006”	127
12.2 <i>Anexo 2</i> Sección adicional en instrumento, aplicación 2011	133
12.3 <i>Anexo 3</i> Categorías para codificar las respuestas dadas de preguntas abiertas (sección 2)	134

RESUMEN

Como fenómeno social el proceso electoral de 2006 ofrece un sinnúmero de posibilidades de estudio, ya que es único y singular por sus características. Este proceso, plagado de situaciones poco comunes y otras aún en discusión, movilizó a una enorme cantidad de personas tanto a la manifestación pública de apoyo a candidatos como a la emisión y resguardo del voto.

En el presente estudio, se analiza la memoria social a través de la opinión de la población respecto a los medios de comunicación electrónica, algunos de los contenidos de la propaganda política y las Instituciones Electorales; tales que hicieron perdurar hasta nuestros días los recuerdos de elementos específicos de la campaña y buscando comprender cuales fueron las variables que intervinieron en dicho fenómeno. Así, visto como un fenómeno de memoria colectiva, el proceso electoral de 2006 es el resultado de diversos elementos que intervinieron de manera contundente e hicieron posible la permanencia de los recuerdos a cinco años de distancia dentro del contexto de la democracia.

Se hace un análisis desde la perspectiva de la historia de las elecciones en México para después evaluar si esto tiene alguna relación con la memoria de los hechos ocurridos en las elecciones de 2006. Por ello, describimos algunos de los elementos que fueron predominantes en el proceso electoral, principalmente los mensajes políticos y sus características, para analizar su efecto sobre la memoria y el olvido social.

Finalmente después de analizar los resultados de esta investigación, planteamos un modelo para comprender el papel de los medios, los órganos electorales y su papel en la democracia en el contexto de la memoria colectiva y la cultura política de la población mexicana en torno a las elecciones.

1. Introducción

Durante el proceso electoral presidencial de 2006 surgieron nuevos elementos propagandísticos a través de los medios de comunicación, mismos que hasta ahora había sido inusual ver en una campaña de este tipo.

Se transmitió propaganda electoral con altos contenidos de ataque y desprestigio por medio de técnicas usadas en campañas electorales probadas y utilizadas en otros países. Es decir, se utilizó una serie de técnicas especialmente desarrolladas para provocar en la población respuestas diversas como el miedo, el enojo, la duda, la desconfianza, actitudes irracionales, de discriminación y verdadera intolerancia, sin que necesariamente expusieran con objetividad las posturas de los contrincantes.

Como resultado de ello, la población respondió de diferentes maneras, ya sea en las urnas, ya sea a través del rechazo o incredulidad de las propuestas electorales o de las acciones de las Instituciones Electorales y en otros casos a la no participación. De manera similar se observa la formación de consensos, opiniones y actitudes en la población a favor o en contra de candidatos y de la propia campaña. Un fenómeno interesante a observar, es que existen recuerdos precisos de esta campaña a través de los años y eso afecta diversos aspectos en cuanto a la opinión pública de los procesos políticos y la democracia en México, y en particular hacia el papel jugado por los medios de comunicación en este proceso. La memoria social y el olvido son sin duda las bases para comprender estos recuerdos, y se muestra presente a través de la interacción de los grupos sociales e individuos, así como a través de medios de comunicación para formar un complejo vínculo, dinámico y activo en todo momento, que nos habla de la importancia de los papeles de la memoria en momentos tan definitivos como son las elecciones.

Si bien, los medios son contratados para la transmisión de mensajes, en el caso de esta campaña electoral, las opiniones de conductores, de analistas políticos, los mensajes de otros sectores de la población en apariencia ajenos a los partidos, como lo es el Consejo Nacional Empresarial, expresaron una misma versión al unísono y no una diversidad de versiones que informara con veracidad y alimentara la opinión y actitud de

los votantes. Esta es quizá una de las campañas más polémicas de los tiempos modernos.

El presente estudio, tiene como uno de sus fines, analizar la opinión de la población respecto a los medios y algunos de los contenidos que llevaron a tal opinión e hicieron perdurar hasta nuestros días los recuerdos de elementos específicos de la campaña, buscando comprender cuales fueron las variables que intervinieron a dicho fenómeno.

Es pertinente aclarar que este trabajo forma parte de una investigación más amplia que fue originada y dirigida por Georgina Ortiz, la cual se inició en 2006 y se aplicó año con año y cuyo objetivo fue el conocer cuáles eran los recuerdos que se tenían a través del tiempo de unas elecciones muy controvertidas y muy comprometidas, al menos por los ciudadanos de la capital del país.

Evidentemente los medios de comunicación jugaron un papel muy relevante durante el proceso electoral para dar a conocer diversos mensajes, ideas, eventos, resultados, etc., es decir; los medios se erigieron como los reguladores de la elección, pues a través de diversas formas establecieron las reglas de la contienda electoral. Dicha contienda estuvo plagada de una “política-espectáculo” en donde las campañas se caracterizaron por propaganda electoral de ataque y desprestigio. Jugando un papel central en esta percepción los medios de comunicación electrónicos principalmente, y la manera en que los mensajes políticos se perciben y conforman opiniones y recuerdos en torno a los conceptos de democracia y la participación política, entre otros.

Llama la atención que a pesar de que el instrumento de medición fue aplicado en 2006 y 2011, las actitudes medidas al respecto se mantienen con gran fuerza y son capaces de evocar aún opiniones, consensos y disensos importantes en torno a este proceso electoral.

Por ello, el problema central es conocer los elementos de la propaganda política que fueron relevantes durante la elección de 2006 y posterior a ella a través del tiempo. Donde la percepción del papel central de los medios de comunicación electrónicos prin-

cialmente, y la manera en que los mensajes políticos conforman opiniones y recuerdos en torno a los conceptos de democracia y participación política, juegan un papel importante. Cabe destacar que la memoria de estos acontecimientos es resultado del proceso electoral de 2006, y ha quedado cómo una huella en la conciencia de la sociedad.

Cada campaña repite los artificios y los modelos de la comunicación como marketing. Estas técnicas, ahora se generalizan y se aplican al conjunto de las colectividades. Diversos medios fueron destinados para dichos fines, sin embargo el espacio público televisivo tuvo un fuerte valor simbólico. Dado que, nuestro andar por la vida y por ende nuestra interpretación de la “realidad” está sumamente permeada de esta. La televisión marcó los dispositivos de las emisiones, las reglas y los ritos de las interacciones verbales y los modos de selección de los temas sometidos a la discusión pública.

El presente estudio está enmarcado fundamentalmente dentro de la Psicología social, y si su tema principal es de índole político, la forma de aproximación al fenómeno electoral y sus recuerdos, se realizó desde una perspectiva interdisciplinaria y desde varios enfoques sociales.

Nuestra referencia directa al acontecimiento señalado, nos sitúa en una temporalidad que oscila entre 2005, poco antes que de las campañas políticas de 2006 arrancan con los eventos aparentemente indirectos asociados a ella, hasta el mes de octubre de 2011, momento en que se realizó la aplicación del instrumento por última vez, justo antes de que el tema de las elecciones de 2012 de nuevo ocupara la atención de la población.

Este estudio tiene presente la trascendencia política y social de dicho momento, las características de la propaganda y el uso de técnicas de persuasión referidas, que en México no se habían utilizado con anterioridad. Para conocer los recuerdos, y por ende la vivencia que se tuvo durante este proceso en los votantes, se aplicó el instrumento “Memoria y Olvido Colectivo de las Elecciones Presidenciales de 2006” (Ortiz, 2008).

Para concluir, describiremos y analizaremos algunas técnicas de propaganda que influyen de manera cotidiana en la opinión pública a través de la combinación información-desinformación manejada por los medios de comunicación visto a través del tema de la democracia, donde recaen finalmente sus efectos.

1.1 Objetivos

- Realizar un análisis de la influencia de la propaganda política, sobre la memoria social, las actitudes y la opinión pública, a través del tiempo de una determinada muestra.
- Describir y analizar algunos de los efectos a cinco años del proceso electoral de 2006, principalmente sobre la memoria y recuerdos de la población, la formación de actitudes, consensos y opiniones ante la propaganda política difundida a través de los medios de comunicación electrónicos durante este proceso electoral.
- Describir y analizar algunas de las características más importantes de la propaganda empleada por los medios de comunicación, así como sus elementos más sutiles y novedosos empleados durante el proceso electoral presidencial de 2006.
- Realizar un análisis de la actual democracia. En el contexto de la memoria colectiva, la cultura política de la población y algunos hechos históricos en torno a las elecciones.

1.2 Hipótesis

Las campañas políticas a través del uso de técnicas de propaganda y persuasión, empleadas durante la campaña presidencial de 2006, logran impactar al electorado de tal modo que sus recuerdos en torno al proceso electoral perduren a través de cinco años o más.

Los medios de comunicación, además de transmitir propaganda pagada de partidos y otros contratantes, son formadores de opinión pública, consensos y actitudes diversas.

Esto influye directamente, tanto en los procesos electorales, como en la memoria y olvido de las colectividades, las actitudes respecto a temas electorales, la cultura política, la participación en general, y en la idea del concepto de democracia en la población.

La memoria colectiva del proceso electoral de 2006 es el resultado de diversos elementos que intervinieron de manera contundente, tales como los mensajes y tipo de contenidos transmitidos durante la campaña, los incidentes durante la misma, la permanencia de los personajes políticos en el ámbito social hasta nuestros días.

Por todo lo anterior, la investigación presentada parte de las siguientes interrogantes:

- **¿Qué elementos difundidos a través de los medios de comunicación durante el proceso electoral de 2006 son los que la población más recuerda después de cinco años?**
- **¿Qué elementos asociados a los medios de comunicación, la opinión pública, la memoria y el olvido contribuyeron a la formación de esos recuerdos perdurables y sus efectos sobre los conceptos sociales de democracia y participación ciudadana?**

2. La Psicología social y su relación con el ámbito electoral

2.1 La realidad social y su aprehensión.

Para D' Adamo, García Beardoux y Montero (1995) el concepto de Psicología política considera “en primer lugar, que las personas son seres activos, constructoras de la realidad en la que viven, generadoras de cambios, las tendencias de cambio y las resistencias. Tal paradigma se está ubicado dentro de las perspectivas relativistas, construccionista, que a partir de la década pasada aparece como el contrapeso de la concepción predominantemente reactiva a la que nos acostumbró el positivismo” (p.10). La Psicología social adopta entonces un marco de referencia dentro del construccionismo, el cual considera que la política es parte de la construcción social cotidiana de la realidad; como parte del devenir histórico.

La realidad social existe tanto de forma objetiva, como subjetiva, afirman Berger y Luckmann (2005), en su análisis nos muestran una forma de comprender a la vida cotidiana donde “se presenta sin nuestra presencia como ya objetivada, tiene un orden de objetos y sujetos, los cuales a su vez se relacionan e interactúan de diversos modos, y existen «antes de que yo apareciese en escena»” (p. 37). Esta realidad la objetivamos al darle significados a través de un sistema de signos como es el lenguaje, que “objetiva las experiencias compartidas y las hace accesibles a todos los que comparten la misma comunidad lingüística, con el se convierte en la base e instrumento del acopio colectivo del conocimiento” (p. 89). Así, el lenguaje se convierte en el principal medio para hacer objetiva a las experiencias y la realidad, ya que además permite que se integre al conocimiento ya existente. De este modo, el lenguaje es también depositario de una gran suma de experiencias colectivas que fueron conformándolo a través del tiempo y la experiencia humana.

Berger y Luckmann (2005) también afirman que la sociedad como realidad subjetiva se expresa como la internalización que es la “aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado” (p.162). Luego entonces, el modo por el que aprehendemos esta realidad es a través de la socialización, que constru-

ye el mundo interior de los individuos y lo articula al mundo real objetivo para permitir un actuar de acuerdo a las reglas sociales vigentes.

Del mismo modo, todos los hombres producen juntos un ambiente social con la totalidad de sus formaciones socio-culturales y psicológicas. Esto posibilita que este ambiente sea internalizado con sus instituciones, valores, y demás referentes y al tiempo de ser externalizado, se reproduce tal ambiente. Pero no es igual para cada individuo, ya que cada elemento de la realidad cotidiana aparece “filtrado” dependiendo de su historia personal y los referentes sociales que le antecedieron, el cual es identificado, adecuado y adaptado en cada circunstancia y momento de la vida cotidiana (ontogenética). Y ese filtrado permite las diferencias de actitudes y opiniones entre los individuos, respecto a los fenómenos sociales de la realidad y posibilita el intercambio de ideas y el dialogo entre las personas, al igual que el disentir y rechazo frente a las mismas situaciones por otros.

Así, el proceso ontogenético por el cual los individuos han llegado a internalizar a su ambiente social se llama socialización. “La socialización primaria, como su nombre lo indica, es aquella por la que el individuo atraviesa en la niñez; por medio de ella se convierte en miembro de la sociedad. La socialización secundaria es cualquier proceso posterior que introduce al individuo ya socializado a nuevos sectores del mundo objetivo de su sociedad” (Berger y Luckmann p. 166). Es así que a través del proceso de socialización los humanos aprendemos a identificarnos con los grupos a los que pertenecemos, los códigos y valores de estos y logramos una identidad internalizada que al expresarse reafirma nuestra pertenencia social y de grupo. Este grupo formará así parte de nuestros referentes mediatos e inmediatos, y aprobará o rechazará nuestros constructos internalizados en momentos precisos, cómo son las actitudes y decisiones que frente a procesos sociales de importancia se desarrollan frente a nosotros. Este componente de identidad de referencia internalizado cobra especial importancia en las ideas políticas, en la postura frente a problemáticas de la vida cotidiana y a decisiones que afectan al grupo y a la sociedad. Nuestras interacciones así contribuyen a la formación del ambiente social en que vivimos, al construirlo y reproducirlo con nuestros pensamientos y acciones. Lenguaje, interacción, socialización; son conceptos de gran utilidad

para quienes construyen mensajes de instituciones públicas y privadas. Del mismo modo, son de gran importancia y utilidad para quienes transmiten estos mensajes, es decir, para los procesos de comunicación.

2.2 El proceso de memoria colectiva y el recuerdo de los acontecimientos políticos

La comunicación humana, no puede establecerse sin la memoria. Es a partir de la capacidad de construcción de los recuerdos, junto con la capacidad de formar palabras que describen la realidad, que el humano logra construir su tiempo y espacio (Duch y Mëlich, 2009). Estos autores nos hablan de que el humano es un heredero de una tradición cultural, religiosa, política y social; que a nivel individual y colectivo su actuar se inscribe en una “comunidad de memoria”. También se refieren los procesos de memoria y olvido como base indispensable para los cambios “porque se recuerda desde un *aquí y ahora concretos*, desde un momento específico de la secuencia temporal, con la finalidad de “pro-yectarse” hacia el futuro” (p. 99). En este sentido, las circunstancias y los contextos en que nos desenvolvemos de manera cotidiana son resultado de una larga historia de hechos contruidos en base a los recuerdos y la memoria social cobra gran importancia para ello.

Para Fernández (2004) “«Recordar» quiere decir volver a sentir otra vez con el corazón, lo cual no significa registrar un hecho que ya pasó, sino que el pasado vuelve a ser tan presente como antes, como si todavía se viviera ese entonces” (p.144) con las cualidades y características con que el recuerdo se inscribió en nuestra memoria. Ello da pie a la necesidad de revalorar la manera en que los recuerdos vienen a nosotros y la manera en que se olvidan, siendo un factor muy importante el grupo social donde se desarrolla la vivencia original, así como su tiempo y espacio. “Es claro que si la sociedad es un pensamiento que piensa con todo lo que haya en la sociedad, la memoria no puede ser un fenómeno subjetivo, sino colectivo...” (p. 145).

“Para Maurice Halbwachs la memoria se contiene en marcos sociales; en éstos no hay separación estricta entre individuo y sociedad, al contrario, se unen de tal forma que devienen en un proceso construido «socioculturalmente» y de ello trata de dar cuenta la

memoria colectiva” (Mendoza, 2001, p. 67). Así, la memoria colectiva es el proceso de reconstruir lo vivido y experimentado por un determinado grupo, comunidad y sociedad. Dicho sea de paso, los procesos sociales cobran gran importancia, tal como fue la experiencia del proceso electoral de 2006, donde muchos factores intervinieron para convertirlo en un acontecimiento de enorme trascendencia histórica y que sin duda las generaciones futuras recordarán aspectos relativos a él a través de los procesos de la memoria colectiva.

La memoria colectiva está inscrita entonces en una cierta sociedad y dentro de marcos espaciales y temporales, los cuales estructuran a los recuerdos. Así cuenta, desde esta perspectiva, con un caudal de recursos con los cuales es posible abordar el significado de los acontecimientos por los que atraviesa un grupo o sociedad, transformándose en lo que al paso de los años se recordará. “No se recuerda el dato, ni el hecho que pasó, que si le importa a la historia, sino lo que para un grupo representó o representa tal acontecimiento, y los acontecimientos se fijan de alguna forma en puntos de apoyo que permiten su posterior recuperación” (Mendoza, J. 2005, p. 5).

Vistos así los acontecimientos relacionados al proceso electoral de 2006, todos los diversos sucesos que ocurrieron, representan y cobran significancia para la memoria colectiva en cuanto que cada evento, cada mensaje, cada sitio y las maneras que la población lo recibió, contribuyen a otorgarle un lugar especial en la vida cotidiana de un grupo o sociedad, y en el caso particular a los habitantes de la ciudad del Distrito Federal.

2.3 Interacción social y comunicación.

“La interacción aparece como una fuerza que recorre el interior de la colectividad dotándola de cohesión y unidad; una fuerza interna y expresiva cuyo campo de acción se constituye en una unidad colectiva denominada grupo o sociedad; un sistema de articulación de gestos, rasgos, palabras y adminículos que se propone generar un acto colectivo total” (Fernández, 2006, p. 114). Esta interacción requiere necesariamente de un mínimo grupo para establecerse, de ahí su carácter social.

La interacción –nos aclara Fernández Christlieb- no está compuesta por individuos ni contiene individuos dentro, porque lo que hay ahí adentro son las relaciones externas a ellos, públicas, siendo que la interacción es irreductible ni a sus partes ni a sus componentes ni a sus piezas ni tampoco a sus individuos, de la misma manera que lo público es irreductible a las vidas privadas” (p. 115)¹. Del mismo modo, las interacciones se pueden alargar en el tiempo y en el espacio, y sus individuos desaparecen, se convierten en historia y en conocimiento de las colectividades, en memoria social, en la permanencia de las reglas que cohesionan a los grupos, que otorgan identidad, que crea: las tradiciones y las costumbres, los hábitos y las instituciones, que son, por así decirlo, interacciones que nunca terminan, que se vuelven lentas y largas que adquieren las características de una sociedad.” (p. 115).

Un elemento inherente a dichas interacciones es el lenguaje, el cual no se reduce a la forma oral, que aunque las palabras sean las que denoten significado y de ahí su importancia en la socialización e interacción, no es menos importante el lenguaje que se da a partir de las imágenes y la propia palabra escrita, aunado a ello el lenguaje no verbal tan ampliamente estudiado en otras disciplinas como la semiótica.

Una de las formas en que el lenguaje se vincula con otros elementos de interacción social es la llamada «cara a cara» estudiada y descritas por Goffman, y a la cual le da un carácter de microsistema social que consiste en “una pequeña realidad social que constituyen las personas presentes” (Goffman citado por Wolf, 1979, p. 31). El mundo de las relaciones «cara a cara» se rige por un sistema articulado y persistente de reglas, normas y rituales. El orden de la interacción se basa en dos tipos fundamentales de reglas: por una parte, las «convenciones habilitadoras»; por otra, las normas basadas en principios y valores que los individuos aceptan porque las consideran como intrínsecamente justas. Aceptar estos dos tipos de normas (el contrato social y el consenso social) pro-

¹ Fernández (2006) define una postura que retomamos para la psicología social: “Los individuos no son una categoría de la psicología social, y por lo tanto no pueden estar considerados en su definición. Ni dentro de la interacción ni dentro del pensamiento social hay individuos: los individuos no son la mínima cantidad posible de la sociedad ni ninguna otra cantidad ni cualidad, los individuos no son sustancia material del pensamiento de la sociedad” (p. 115)

duce una «efectiva cooperación» (Goffman, 1983, p. 12 citado por Herrera y Soriano, 2004 p.61).

Así, en la vida diaria, “fragmentada en múltiples episodios de inmediata presencia *cara a cara*, la construcción social de la realidad, se desarrolla, pues, mediante el flujo continuo de definiciones de las situaciones de la vida cotidiana (como conjunto de situaciones sociales)”. (Herrera y Soriano, 2004, p. 32). De este modo, el proceso de comunicación entre los humanos es una forma más de interactuar, es un intercambio comunicativo que se da dentro del marco de la interacción y que se establece de varias maneras.

Aquí es preciso adelantar algo acerca del término *frame* o encuadre, utilizado por Goffman y que retomaremos más adelante para comprender y analizar la propaganda política. Dice Wolf, citando a Goffman (1979), que “el *frame* está representado por las premisas organizativas de los actores sociales: definiciones de la situación se construyen de acuerdo con los principios de organización que gobiernan los acontecimientos –al menos los sociales- y nuestra implicación subjetiva de ellos. *Frame* es el término que empleó a estos elementos básicos. Los «marcos», los *frames*, constituyen los modos en que se cataloga y se vive la experiencia que los actores tienen de la realidad (social o no)” (p. 41). Agrega Wolf que los «marcos» permiten definir las situaciones de la interacción y la estructura de la experiencia que tienen los individuos de la vida social: en realidad no se define sólo la significación de episodios de la vida cotidiana, sino también el tipo de implicación requerido por ellos.

Por otro lado, los procesos de objetivación de la realidad descritos por Berger y Luckmann (2005), lleva así también a la producción humana de signos que son usados en la comunicación cara a cara: “Los signos se agrupan en una cantidad de sistemas de signos gesticulatorios, de movimientos corporales pautados, de diversos artefactos materiales, y así sucesivamente. Los signos y los sistemas de signos son objetivaciones en el sentido de que son accesibles objetivamente más allá de la expresión de interacciones subjetivas “aquí y ahora”. (p. 52). El lenguaje es así el sistema de signos de la sociedad humana. El lenguaje se origina en la situación «cara a cara» pero puede se-

pararse de ella fácilmente y es lo que ocurre en situaciones de lenguaje escrito, en transmisiones de radio, de teléfono o adjunto con imágenes como en la televisión o el Internet, llamándose en este caso un “sistema de signos secundario”. De esta manera, “el lenguaje es capaz de transformarse en depósito subjetivo de vastas acumulaciones de significado y experiencia, que puede preservarse a través del tiempo y transmitir a generaciones futuras”. (Berger y Luckmann, 2005, p. 54). Convirtiéndose nuestra vida en una multiplicidad de interacciones con los otros y con cuerpos de conocimientos codificados por el lenguaje y es afectada constantemente por nuestra participación común.

Mucho de este conocimiento de la cotidianidad en el presente está dado a través de los medios de comunicación, que al ya no pertenecer a la situación «cara a cara», el acopio de ideas y conocimientos dependerá en una buena parte, directamente de los contenidos elaborados a través de los mensajes emitidos -transmisión de significados- a través de dichos medios. Dicha transmisión de significados corresponderá a instituciones diseñadas con formas de conocimiento particulares que manejan determinados medios simbólicos y acciones simbólicas. “Toda transmisión de significados institucionales entraña, evidentemente, procedimientos de control y legitimación, anexos a las instituciones mismas y administrados por el personal trasmisor” (Berger y Luckmann, 2005, p. 93). Ello resultará, en la aprehensión subjetiva de los significados, o internalización, que es la “aprehensión e interpretación inmediata de un conocimiento objetivo en cuanto expresa significado, o sea, en cuanto es una manifestación de los procesos subjetivos de otro que, en consecuencia, se vuelven subjetivamente significativos para mí”. (p. 162).

Los procesos de comunicación electrónica, principalmente la televisión, trasladan a los símbolos del lenguaje (en forma de palabras) al contexto de las imágenes. La diferencia radica, nos dice Sartori (1997), en que “la palabra es el símbolo que se resuelve en lo que significa, en lo que nos hace entender. Y entendemos la palabra sólo si podemos, es decir, si conocemos la lengua a la que pertenece; en caso contrario, es letra muerta. Por el contrario, la imagen es pura y simple representación visual. La imagen se ve y eso es suficiente; y para verla basta con poseer sentido de la vista, basta con no ser

ciegos. La imagen no se ve en chino, árabe o inglés; se ve y es suficiente” (p. 35). La televisión así, se convierte en nuestros días en un poderoso instrumento que modifica la relación entre entender y ver, y su explicación está prácticamente sólo en función de las imágenes que aparecen en la pantalla. Así en nuestros días, los medios de comunicación saturan de información las diferentes esferas del ámbito social, llenando de significados diversos a nuestra conciencia la cual los internaliza, dominando así, parte de nuestra experiencia cotidiana objetiva y subjetiva. Los medios de comunicación en general y la televisión en particular, llegan a tener gran influencia en las opiniones, actitudes, valores, y formas de pensar respecto a una infinidad de temas, en la población. Entre esos grandes temas esta la política, donde se destaca que los medios de comunicación contribuyen de manera decisiva con las instituciones a las que se les han asignado la labor del control social.

En la actualidad, es muy importante el papel jugado de los medios de comunicación en el vinculo institucional para el establecimiento de un nuevo orden social que incluye la aceptación y participación en la población de las políticas neoliberales y la globalización, alterando profundamente a la democracia de nuestro país e influyendo de diversas formas en los procesos sociales, como son las elecciones. “Los medios de comunicación prestan servicio a los intereses del poder estatal y empresarial, que están estrechamente interrelacionados, planteando su información y su análisis de manera que se apoye el privilegio establecido y se limiten al debate y la discusión como corresponde”. (Chomsky ,1991. p. 22).

En este sentido, el control sistemático a la sociedad ejercido a través de los medios de comunicación en la actualidad, cobra especial trascendencia en el papel jugado en momentos tan cruciales y definitivos como son los procesos electorales, y lo confirma el papel jugado por estos en los recientes comicios de 2012, donde sus intentos por manipular la información llega a casos extremos, como lo fueron el manejo de encuestas de opinión respecto a las preferencias electorales.

Chihu, (2010, p. 31), afirma que “la descripción de los medios de comunicación sobre la audiencia combina elementos que provienen de los paradigmas fuerte y débil en torno a

los efectos de los medios de comunicación. Por un lado se hacen conjeturas respecto a que los medios de comunicación poseen un fuerte impacto en la construcción de la realidad social en términos cognitivos, precisamente, mediante el enmarcado (*framing*)². Por otro lado, los efectos de los medios de comunicación se encuentran mediados por los procesos mediante los cuales los individuos producen significados...” y estos significados son también elaborados bajo una intensión propagandística durante las campañas políticas, las cuales hacen uso de referentes negativos para desprestigiar a candidatos (hablamos de mensajes de tipo antagonista) o bien para ofrecer aspectos positivos de los mismos (mensajes de tipo protagonistas), entre otras formas de encuadrar los discursos de la campaña. Cobra especial relevancia los aspectos relacionados a la forma en que los recuerdos son más perdurables a través del tiempo en las campañas presidenciales más recientes, y sobre ello gira una parte de esta investigación.

² Chihu (2010), también expone que el término “*framing* es un de los más importantes conceptos en el estudio de la opinión pública. La evidencia de las investigaciones sobre campañas políticas sugiere que la opinión pública depende de los marcos elegidos por las élites” (p.29).

3. Medios de comunicación y procesos electorales. La experiencia de 2006

Cada vez con más frecuencia es común escuchar que vivimos en la sociedad de la Información, que la nuestra es una “commonwealth” o una “aldea global” de la comunicación; que la época presente se caracteriza sobre todo por la influencia, cada vez más poderosa, de los medios de comunicación; y ¿quién se atrevería a negar el papel primordial que algunos medios como la radio y la televisión han desempeñado en nuestra existencia cotidiana? Constatar tal hecho es fácil, sin embargo no lo es determinar la variedad y alcance de los efectos que la inmersión de la sociedad en el universo de los medios está produciendo, particularmente como consecuencia de la invasión masiva y continuada de imágenes en el ámbito de la comunicación pública. (Sánchez, 1996, p. 7).

Podríamos definir brevemente que la comunicación es un proceso de ida y vuelta, transmisión recíproca de significados entre personas, que está en la base de los agregados humanos y del trabajo social; sin ella no se puede vivir, de ahí que para Sánchez (1996) “siempre que nos movamos en el contexto de los *mass media* el termino adecuado sea no comunicación sino, el de información”. La acción de informar o dar noticias sobre cualquier cosa no es más que “dar forma o realidad a una cosa” e, incluso de decir a alguien “lo que tiene que hacer o como tiene que actuar en cierto asunto” pues como bien dice Taufic, citado por Sánchez, 1996) “informar equivale a dirigir dentro de una misma organización social [...] se informa con el propósito (oculto o manifiesto) de influir en la conciencia y en la conducta de las personas” (p. 9).

En el mundo contemporáneo se degrada a la comunicación convirtiéndola en una mercancía, un instrumento de persuasión sin réplica, sin reciprocidad. Pero antes, en el universo de la vida cotidiana, en nuestras discusiones con los otros, en efecto está la comunicación como puesta en común de la palabra, como intercambio, encuentro y, ante todo, reciprocidad. (Breton y Breton, citado en Sánchez, 1996).

Por ello, la saturación de mensajes cobra varios sentidos para quienes los emiten, que no corresponde a los que los reciben, ya que se puede hablar de una intencionalidad y direccionalidad de los mensajes para poder convencer y persuadir a la sociedad de la existencia de un modelo de sociedad en el que sus elementos principales están más de acuerdo a los principios del consumo, el vacío informativo, la imagen como status, etc. valores que parten de un tipo de sociedad que conviene sólo a una parte de ella y que está más cerca del poder o con éste, pero lo oculta y hace confundirlo entre una gran cantidad de mensajes que llega a ser caótico. “El parloteo desenfrenado de la ideología de la comunicación es una tecnificación del sentido que nos encierra en un mundo limitado, sin horizonte, en el cual nos convertimos en herramientas, en figuras intercambiables, sin rostro no voz.” (Breton y Breton, citado en Sánchez, 1996).

López Escobar y D’Entremont (citados en Sánchez, 1996), resaltan la relevancia de utilizar la expresión “comunicación colectiva”, en lugar de “comunicación social”, por lo que esta tiene de redundante, y de definir aquella como indirecta, unilateral y pública. Al mismo tiempo recomiendan acudir a la expresión “medios de difusión” para diferenciar a la prensa, radio y televisión del espectáculo del cinematógrafo.

Lo que la realidad muestra es una imbricación de los medios de difusión, los protagonistas políticos y el público y, subyacentes, el juego de los intereses económicos que acaba por determinar las interacciones de aquéllos. Los medios, no cabe duda, influyen en las decisiones y acciones de políticos y gestores: las provocan, las alteran; los medios desencadenan procesos que conducen a reacciones que retroalimentan el sistema político con nuevas demandas; los medios condicionan el debate público mediante la selección de los acontecimientos políticos y su interpretación.

Los medios de comunicación no son un universo aislado y autosuficiente; sino que están en íntima dependencia del sistema político y económico del país y del contexto geopolítico de que se trate. Los medios de comunicación según Laswell (citado por Sánchez, 1996) a) supervisan, vigilan o inspeccionan el entorno, para dar noticia tanto de hechos que se considera pueden afectar o interesar al común de las personas [...] comerciales y entretenimiento que sirven de orientación a los individuos en su vida coti-

diana; b) establecen relaciones entre las noticias, subrayando la dependencia existente entre los acontecimientos, los grupos sociales y los diferentes elementos que forman la estructura social; es decir interpretan o dan significados a las noticias; y c) son los transmisores, generación tras generación, de la herencia cultural de la sociedad, o sea, el conjunto de factores integrantes de la historia de esa sociedad, proporcionando así una valiosa información a efectos de aprendizaje.

3. 1 La comunicación y la propaganda política

“El propagandista no puede revelar evidentemente las auténticas intenciones de aquel a cuyas órdenes trabaja. Ello supondría someter los proyectos a discusión pública, al escrutinio de la opinión pública, evitando así su triunfo ... Por el contrario, la propaganda debe de velar esos proyectos, enmascarando su auténtica intención” (Jacques Ellul, citado por Chomsky y Edward, 1988, p.17).

En la actualidad la propaganda política ejerce una influencia determinante en la democracia debido a que se utiliza con la finalidad de difundir valores para inducir un cambio de actitud, seleccionan y parcializan la información en cuanto benefician a las propuestas de los partidos políticos. Por medio de ella se enaltece o minimiza un cuerpo de ideas o a un personaje. Con ella los publicistas suelen proponer alternativas de solución a viejos o nuevos problemas y carencias sociales, tendientes a influir y manipular la conciencia de los ciudadanos, aprovechando que muchas veces no saben lo que en realidad desean.

Así, la propaganda elaborada y utilizada para la campaña presidencial de 2006 en México, y en especial la electrónica difundida a través de la televisión, fue de manera particular muy novedosa en sus contenidos y en la manera en que presentaba a los candidatos, por ello y sus diversos efectos en la población, dicha propaganda ha sido minuciosamente analizada por diversos investigadores, destacando las aportaciones del análisis del *framing* del spot político.

Según Aquiles Chihu (2010) el spot político es un mensaje audio visual que contiene fragmentos de comunicación visual, verbal y aural a través del cual un actor (usualmente un candidato político o un partido) compra un tiempo en los medios de comunicación con el objetivo de influir en las creencias, o en el comportamiento electoral de la audiencia. La característica sobresaliente de este tipo de publicidad es que se trata de una comunicación comprada o pagada, por lo que el emisor tiene el completo control de lo que quiere comunicar ante la audiencia. En este sentido el candidato posee el control directo de cómo se comunica el mensaje y que es lo que comunica.

El spot político televisado ha llegado a ser el mensaje político dominante empleado por los candidatos presidenciales para comunicarse con el elector. Estos tienen gran importancia ya que llegan a una gran cantidad de espectadores, porque permite emitir un mensaje sin censura y porque tiene un gran efecto sobre los votantes.

Consideramos pertinente definir ahora el concepto de spot, que si bien es un término anglosajón, ha sido retomado como un texto audiovisual para la transmisión de contenidos publicitarios por excelencia, y en las campañas políticas cobra un nivel relevante al “implicar una producción e intercambio de significados y no únicamente transmisión de mensajes. El spot de propaganda política no busca solamente transmitir un mensaje, sino interactuar con la teleaudiencia, espectador o votante a través de cierta significación que permite el ámbito de la cultura, que comparten tanto emisor como receptor”. (Obscura, 2009, p. 76). En este sentido, la cultura media al proceso de transmisión-recepción de los contenidos (en forma de imágenes y sonidos que expresan las ideas de trasmisor-receptor), asumiendo que el significado de este contenido es “producto de una compleja interacción social entre la imagen misma, el receptor (y su cultura) y el contexto de recepción (Obscura, 2009, p. 77). Esta visión, nos permite pensar en el papel activo del receptor, quién no sólo acepta o rechaza los mensajes, sino que forma opiniones, las compara y toma decisiones que favorecerán en el momento pertinente a cierto candidato. Pero esta opinión a la vez, es retomada por el emisor, quién previamente ya ha elaborado cuidadosamente un estudio en el cual conoce algunas de las

características socioculturales de la audiencia y las aprovechará a favor de su campaña.

Chihu nos dice que “el proceso de enmarcado (*framing*) sucede cuando una fuente de comunicación (un líder; un medio; una consultoría) define y construye un tema político. El enmarcado es el proceso mediante el cual el contenido es organizado. El enmarcado emplea varias técnicas como la inclusión y la exclusión para crear el objeto deseado en la audiencia. Los individuos constantemente organizan, clasifican, interpretan, es decir, enmarcan la información que se les presenta con la finalidad de dotarla de significado.” (Chihu, 2010, p. 24).

García Beardeoux y D’Adamo (2006) señalan que los spots de tv políticos son “esas pequeñas historias políticas narradas con un propósito: son persuasivas y se valen tanto de imágenes como de sonidos para sus construcciones simbólicas” (p. 87). También nos señalan que se distinguen por su brevedad, efectividad y posibilidad de control total de comunicación por parte del emisor.

A través de la teoría funcional del discurso de campaña de William Benoit (1999) (citado por Chihu, 2010, p. 17) se propone que el discurso de la campaña política se funda en la premisa de que los mensajes de campaña se orientan a persuadir a los electores al cumplir tres funciones básicas: aclamar (donde se sitúa al candidato desde un punto de vista favorable); atacar (ubicar al candidato opositor desde un punto de vista desfavorable) y defenderse (responder a los ataques de los opositores intentando reparar la propia reputación).

3.2 Los elementos del spot político.

El spot político se concentra en la importancia de la imagen. Las imágenes son representaciones visuales de objetos o personas, así como de la imaginación abstracta de algunos artistas. Las imágenes son los signos que se localizan en nuestro mundo visual cotidiano y cobran sentido al apreciarlas, ellas se muestran a través de fotografías, películas, pinturas y grabados que expresan la realidad o parte de ella, y para la imagen, el color es muy importante porque puede determinar el carácter emocional de al-

gunos componentes o de la imagen en general, denotándole significados adicionales que cobran gran importancia de forma subjetiva en los espectadores. De hecho, existen estudios de los colores utilizados por los candidatos para esta importante campaña, donde nos dicen que “los candidatos fueron asociados principalmente a los colores de sus partidos, fueron seleccionados de manera muy acertada, ya que por sí mismos llaman la atención, además de que son colores que han sido evaluados positivamente no sólo de nuestra cultura, sino también de otras, por lo que son colores que prefiere la gente” (Ortiz, 2006, p. 79).

Chihu (2010) afirma que existen varios rasgos característicos de la imagen visual que la distinguen de la palabra y la dotan de fuerza, uno de ellos es su carácter de indexicalidad la cual “sugiere que las imágenes visuales contienen señales que apuntan directamente a los objetos, lo que les da una cualidad de certeza verdadera y real que origina que la gente crea que las imágenes visuales son más precisas que otras formas de comunicación” (p. 37). También nos señala que entonces las imágenes en los spots políticos, no sólo son complemento a los textos, sino que “asumen un rol dominante y aportan una plusvalía de significado en la medida que estimulan la imaginación visual” (p. 36). Y si comparamos a las imágenes con el lenguaje verbal, las imágenes tienen mayor capacidad que el lenguaje oral de atribuir significados.

De este modo, las imágenes son usadas hábilmente a través de diversas técnicas entre las que destaca el efecto Kuleshov, el cual nos habla de que dos imágenes independientes puestas en continuidad, crean un concepto y emociones en el espectador. Así, este efecto ampliamente conocido por los publicistas, y este tipo de montaje de imágenes se basa “en el ensamblaje de partes heterogéneas, yuxtaposición de fragmentos y la exigencia a la audiencia para que realice conexiones conceptuales, el resultado es una nueva relación entre las partes que trae consigo un cambio radical de significado. La premisa básica del efecto Kuleshov apunta en el sentido de que el significado cinematográfico se encuentra en función de la secuencia de cuadros editada más que en el cuadro individual” (Chihu, 2010, p. 39).

La construcción del spot político también da importancia primordial a su componente

aural, que está compuesta por la voz del actor o narrador, los efectos de sonido y la música. “Estos elementos son interpretados por las emociones que evocan y pueden ser codificados por su estilo y por su timbre”. (Chihu, 2010, p. 43). Estos fueron algunos de los elementos que participaron activamente en la conformación de los spots políticos en su forma general, en la campaña presidencial de 2006. Pero además entran otros elementos de no menor importancia y que describiremos a continuación.

3.3 El enmarcado o “*framing*” para la construcción y análisis del spot político en las elecciones de 2006 en México.

La técnica de enmarcado, o *framing*, permite crear e identificar los marcos de referencia a proyectar de los candidatos para lograr un cierto tipo de imagen conveniente en la elección. Tales marcos serán el principal referente que el espectador percibirá y a partir de ellos conformará una idea acerca del candidato mostrado (de forma positiva se le ha dado en llamar protagonista y de manera negativa antagonista). Así que el “enmarcado” protagonista, corresponde a una imagen carismática, que muestra las cualidades extraordinarias de un dirigente, para con ellas generar confianza y devoción personal en sus seguidores. (Obscura, 2009, p. 82). Todos los candidatos de la elección presidencial de 2006 realizaron spots a su favor, destacando aquellos donde hablan en primera persona de sus cualidades.

Dentro de los spots del tipo **protagonistas** se encuentran los de presentación de los candidatos, en los que se exaltan sus referencias e información de la carrera política, sus logros y triunfos en torno a los problemas vigentes y sus cualidades como líder. La imagen de López Obrador al respecto fue manejada como un candidato que asumió su candidatura como parte de un movimiento que traspasaba las fronteras partidistas, representante de los pobres (slogan: *por el bien de todos, primero los pobres*), y cómo un líder austero, honesto y victimizado por los recientes hechos relativos al desafuero sufrido recientemente, aunque esta última no de manera tan directa, pero la memoria de este hecho reciente sería definitivo en la campaña. El 12 de mayo de 2006, en su spot de presentación, López Obrador muestra una multitud de seguidores con un zócalo lleno y varias imágenes donde el candidato se acerca a saludar a la gente que lo aclama.

Por su parte Felipe Calderón lanza una campaña protagonista al inicio de este periodo (del 19 de enero hasta principios de marzo de 2006) para construir una imagen acorde a la capacidad de liderazgo necesario para conducir al país. Su slogan político “*Valor y pasión por México*” lo demuestra. Un segundo slogan y de importancia trascendental en su campaña fue el referido a las “*manos limpias*”, (ver pág. 35) que uso muy frecuentemente también en sus discursos de gira de campaña, en el que puso énfasis en la honestidad, la integridad y la seguridad, presentándose como un político sin antecedentes o vínculos con la corrupción. Otro spot de presentación muestra a un Calderón que habla de lo aprendido de “los fundadores” del Partido Acción Nacional, de los que menciona aprendió sus valores. Las imágenes muestran a los líderes panistas Manuel Gómez Morín, Luis Calderón Vega, Luís Álvarez y Manuel Clouthier.

Otros spots asociados al de *protagonista* son los de propuestas, donde los candidatos se refieren a la manera en que resolverán los principales problemas que aquejan al país, preferentemente de tipo económico y mucho más recientemente al de seguridad, ya en 2006 se hacía referencia a este tema. Andrés Manuel López Obrador expuso el vínculo entre pobreza y corrupción y propuso una reducción de la pobreza a través de un aumento inmediato en el salario de los mexicanos. Por su parte, en este mismo rubro, Calderón enfatizó la idea de la creación de empleos para todos los mexicanos. El slogan “*el candidato del empleo*” y luego, el de: “*seré el presidente del empleo*” fueron utilizados en su campaña política.

El spot *El presidente del empleo*, es de gran trascendencia en nuestro análisis. Ya que señala las promesas para posibilitar y otorgar beneficios en los ciudadanos, beneficios vinculados directamente a la grave crisis económica que en ese momento afectaba al país. Habla de otorgar becas, crear empleos bien remunerados, ampliar los *micro créditos*, apoyo a las pensiones de jubilados, apoyos económicos a madres solteras, reducir impuestos a los trabajadores, inversiones en los rubros más productivos, para esta generación de empleos. El texto integro de este spot y los otros referidos están ampliamente analizados y expuestos por Chihu, (2010, p. 71).

Roberto Madrazo desde el PRI, utiliza el tema de la seguridad pública en sus spots de imagen protagonista de propuesta: *“El crimen organizado a tomado las calles, como Gobernador de Tabasco di resultados; cero secuestros, cero asaltos bancarios, cero narcotraficantes, y di resultados económicos por arriba del promedio nacional”*. Otro spot de gran impacto es aquel en el que se dirige a los delincuentes que se burlan con sonrisas “muy cínicas” ante su captura: *“Síganse riendo, que ya les queda muy poco tiempo, les advierto que durante la primera semana de mi gobierno, voy a iniciar la transformación completa del Ministerio Público”* (ver pág. 36). En la imagen aparece el delincuente que se burlaba, pero ahora tiene cara de asustado. La narración de Madrazo continua: *“... con leyes más justas, y castigos que les van a quitar el sueño”* ante estas palabras se asocia la imagen del pantalón que se moja del delincuente, y en la siguiente escena se escurre un líquido al suelo que sale del pantalón³. En otro spot, Madrazo abriga al futuro de los niños desde la educación y se muestra preocupado por los hijos de los mexicanos, donde manifiesta que desea que “los niños de México puedan crecer en el orgullo de sus padres, por eso vamos a modernizar las escuelas y vamos a invertir en mejores maestros...”

Para el enmarcado de los spots del **antagonista**, nos referiremos a los spots que le atribuyen a un candidato una identidad negativa a través de juicios, descalificaciones o conceptos que atenten contra las ideas de bienestar de los ciudadanos o bien sean repudiados por la audiencia. Usado para los candidatos opositores, “se resumen en presentar a un candidato que no posee la capacidad y habilidades para desempeñarse como buen funcionario público.” (Chihu, 2010, p. 75) También estos pueden hacer un “ataque directo al adversario y se concentran en sus debilidades, y los de comparación implícita a los que no son negativos en si mismos pero que, en la interpretación que el público realiza de ellos, adquieren su carácter negativo”. (García Beardeoux y D’Adamo, 2006, p. 89).

Muchos recordamos el carácter negativo de la campaña de 2006, donde uno de los principales elementos que la hicieron posible fue el spot antagónico. “Los spots televisados formaron parte fundamental de la campaña negativa de Felipe Calderón contra

³ El spot está disponible en: http://www.youtube.com/watch?v=QK_79Tsr24o

López Obrador. Los ataques negativos constituyen ataques que se enfocan de manera estridente y peyorativa. Este tipo de spots, fueron utilizados por Felipe Calderón en su propaganda política contra López Obrador”. (Chihu, 2010, p. 88).

En este sentido, muchos spots tuvieron el manejo de que “López Obrador era un ultra izquierdista, que formaba parte de un gran plan de Fidel Castro y Hugo Chávez para arrodillar a los Estados Unidos ante la izquierda resurgente de América Latina”. Los señalamientos en este sentido los inicia Dick Morris, quién es asesor de campaña de Felipe Calderón y el entrecomillado anterior corresponde a la nota que Morris escribe en el Wall Street Journal en Nueva York el 16 de Abril de 2006, en donde son comparados Chávez y López Obrador apareciendo con gran frecuencia en la televisión. Así el slogan adverso a López Obrador de ser “un peligro para México” comenzó a tomar gran fuerza.⁴ El otro sentido adverso de la campaña en contra de él orquestada por los publicistas de Calderón fue “López Obrador: intolerante”. En el cual aparece asociado a Chávez lanzando frases en contra de Estados Unidos diciendo: “no se meta conmigo caballero” y abajo el letrero “intolerante”, posteriormente aparece López Obrador en un mitin dirigiéndose a una de tantas intervenciones de Vicente Fox: “Cállese ciudadano presidente! ¡Cállate chachalaca! ¡Cállate chachalaca!. De nuevo la frase ¡No a la intolerancia! Aparece, después de un NO sobre la figura de López Obrador.⁵ Un detallado análisis de estos mensajes son mostrados por Chihu, (2010, pp. 88-100).

Este cambio del tipo de campaña por parte del equipo de Calderón se fundó en el lema unificador “López Obrador, un peligro para México”⁶ y varios spots fueron realizados en esta línea (ver pág.34), señalando que el candidato del PRD tuvo ineficiencia en su gestión, intolerancia y asociación con la corrupción a través de los pretendidos defectos del

⁴ Dick Morris fue nombrado asesor de campaña de Felipe Calderón, quien publica una serie de artículos en los que su visión acerca de los “ultraizquierdistas” de América Latina están ligados a López Obrador. Morris también fue asesor de Fox y en las elecciones más recientes de este país (2012) al lado de Josefina Vázquez Mota. Morris ha sido vinculado a varios escándalos políticos, siempre apostando a una visión radical conservadora. La nota completa aparecida en La Jornada y firmada por David Brooks el 17 de abril de 2006 que aparece en el siguiente enlace:

<http://www.jornada.unam.mx/2006/04/17/index.php?section=politica&article=005n1pol>

⁵ El spot puede encontrarse en:

<http://www.jornada.unam.mx/2006/04/17/index.php?section=politica&article=005n1pol>

⁶ Uno de estos spots se puede ver en:

<http://www.youtube.com/watch?v=zXCU0HDJ7Wk>

candidato (recuérdese el caso Bejarano). Al mismo tiempo, comenzó a desacreditar a López Obrador refiriéndose a este como un continuador de las políticas de endeudamiento creadas por los gobiernos priístas en la década de 1970.

Chihu, (2010) señala que “la construcción antagonista se sentó sobre todo en la motivación del miedo de la audiencia. Tres características se le atribuyeron como intrínsecas al antagonista (Andrés Manuel López Obrador): es violento, es intolerante y atenta contra la seguridad económica de las familias. La sugerencia implícita es que el protagonista (Calderón) puede postularse como otorgador de seguridad y confianza.” (p. 128).

El tono de la campaña del PAN motivó a la representación del PRD a solicitar al Instituto Federal Electoral que interviniera para retirar una serie de spots que consideraban denigratorios. El IFE rechazó inicialmente la propuesta, pero el Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial de la Federación ordenó al IFE cancelar algunos mensajes emitidos por el PAN. (Salazar, 2008, p. 6).

López Obrador también uso este tipo de discurso, cuando denunció los hechos asociados al endeudamiento público de Calderón y el FOBAPROA, cuando este fue presidente del Partido Acción Nacional y apoyó al salvamento bancario. Agregando los elementos de encubridor y mentiroso en el texto del spot. Del mismo modo, argumenta que quien fuera presidente de los banqueros y uno de los beneficiados del rescate bancario, fue José Madariaga, socio cercano a la familia Zavala Calderón. De ahí se deriva entonces que Diego Zavala Hildebrando, estuviera como secretario de Calderón y en el proceso electoral participara en los negocios que otorgarían al Instituto Federal Electoral de la programación de cómputo requerido para el conteo electoral. Del mismo modo, López Obrador realizó spots de ataque contra Diego Fernández, de quién aduce también fue beneficiado por el FOBAPROA por ser el abogado de los banqueros y miembro distinguido de Acción Nacional.

En el transcurso de la campaña electoral de 2006, así como al darse a conocer los resultados electorales, “López Obrador y el PRD enmarcaron los mensajes negativos de

la campaña panista como parte de una “guerra sucia”, que incluía, adicionalmente, el intento de desafuero del que fue objeto en 2005, la intervención del poder ejecutivo a favor de Calderón, la difusión tendenciosa de noticias y un fraude electoral en su contra. (Salazar, 2008, p. 6).

Por parte de Roberto Madrazo, el candidato del Revolucionario Institucional, se aprecia una construcción de su imagen frente a sus antagonistas a partir de colocarse a sí mismo como la opción “central” ante los radicalismos políticos de sus adversarios: uno a la izquierda (López Obrador), que además era populista e incendiario, y el otro a la derecha (Calderón) representante de la política neoliberal, que según en su opinión, se había agotado en México. “Dentro de este esquema, el priísta trato de enfatizar las características que harían de él un presidente mesurado y con capacidad de controlar la situación política del país para llevar a cabo un cambio sin riesgo “Con Madrazo te va a ir muy bien”. (Chihu, 2010, p. 59).

Sabemos que los eventos transcurridos durante la campaña fueron muchos y diversos, pero uno de los de mayor visibilidad fueron sin duda los debates televisados entre los contendientes de la presidencia. Al primero, el 25 de abril de 2006, López Obrador decidió no asistir. Mientras, Madrazo recurrió a la estrategia del ataque sistemático de sus adversarios. Criticó el slogan “primero los pobres” de López Obrador, argumentando que era una manera encubierta de propiciar una guerra de clases, y hacia Calderón se refirió como un impulsor de políticas en contra de los sectores populares del país.

En el segundo debate, el 6 de junio, López Obrador declaró que la contienda electoral era entre él y Calderón solamente, también describió el nexos familiar de Diego Zavala Hildebrando, y de ser beneficiario de grandes negocios cuando apoyaba a Calderón en la secretaría de energía, nombrándole “el cuñado incomodo”.

El ambiente electoral era en definitivo una verdadera confrontación, agregando a ello varias declaraciones del entonces presidente Vicente Fox en las que instaba a votar por su candidato de partido y la aparición de una serie de mensajes de los grupos empresa-

riales en abierto ataque a López Obrador y su proyecto económico.⁷

Es importante hacer notar que los spots antagonistas van siempre dirigidos hacia candidatos con posibilidades de ganar, un ejemplo de esto es que no fue necesario de realizar spots antagonistas contra Madrazo, no así en contra Andrés Manuel López Obrador.

Hasta aquí la descripción de los encuadres realizados de algunos de los spots de la campaña presidencial de 2006. La finalidad de este análisis bastante bien desarrollado por varios autores, es el de mostrar algunos de los elementos que los componen y que cobraron fuerza en la conciencia y memoria colectiva a través del tiempo y retomaremos el tema en los resultados y discusión.

⁷ El spot se puede ver en la siguiente dirección electrónica:
<http://www.youtube.com/watch?v=dGBavMf4W4Y>

Elementos de *framing* en algunos de los spots descritos:

**Spot televisivo (antagonista). Elecciones 2006
AMLO “Un peligro para México”**



Este es el segundo piso de la ciudad de México, ¿cómo pagó López Obrador por el?



¡Se endeudó!, ¿las pensiones? ¡Se endeudó!; triplicó la deuda del DF.



Si llega a presidente nos va a endeudar más y vendrá una crisis económica, devaluación, desempleo...



Estos son los grandes planes de López Obrador, ¡Un peligro para México!.

Spot televisivo (protagonista). Elecciones 2006 Felipe Calderón “Manos Limpias”



Yo también tengo las manos limpias, limpias de corrupción



como la mayoría de los mexicanos,



porque sólo en manos limpias debe quedar el futuro de México.



Valor y pasión por México, Felipe Calderón; presidente.

**Spot televisivo (protagonista). Elecciones 2006
Madrazo "Exhibe delincuentes"**



Síganse riendo, síganse riendo, que ya les queda muy poco tiempo.



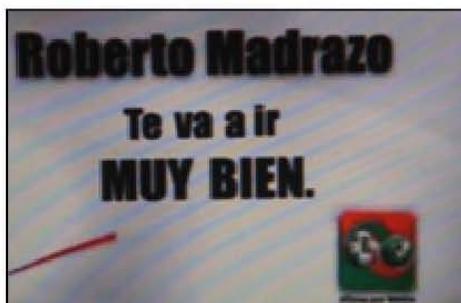
Les advierto, durante la primera semana de mi gobierno voy a iniciar la transformación completa del Ministerio Público



con leyes mas justas



y castigos que les van a quitar el sueño, ¡conmigo esto se acabo!.



Soy Roberto Madrazo te garantizo más seguridad, más empleo, menos pobreza. Con Roberto Madrazo te va a ir muy bien.

4. Memoria colectiva y olvido social, una perspectiva de análisis

Ya habíamos esbozado anteriormente el papel de la memoria y el olvido en los procesos sociales, y aquí expondremos algunos de los principales elementos con que la memoria colectiva actúa y se sitúa en el marco de esta investigación. Para ello es importante recordar que la memoria se contiene en marcos sociales que varios autores han descrito previamente. Halbwachs (1924), es quién primero sustenta que la memoria es un producto social y no individual, es una creación colectiva. Enfatizando que los recuerdos de los individuos surgen porque estamos inmersos en el punto de vista de un grupo y que esta memoria colectiva se manifiesta a través de las memorias individuales. Tiempo y espacio, fechas y lugares, entonces, son marcos sociales sobre los cuales la sociedad construye sus recuerdos. La memoria se contiene en el tiempo y en el espacio. Pero lo hace igualmente en el lenguaje, ese sistema de signos con el que se edifica la realidad. Y con éste también se comunica, asunto importante en esta perspectiva de la memoria. “Con el lenguaje se construyen, mantienen, y comunican contenidos y significados de la vida social, de la realidad social, tanto del tiempo presente como del pasado, y a eso se denomina memoria colectiva” (Mendoza, 2007, p. 4).

Para la memoria colectiva la reconstrucción es una noción importante, en vez de hablar de retención o memorización con exactitud de los hechos pasados de manera individual. La reconstrucción de sucesos y acontecimientos es así la parte que interesa a la memoria colectiva. Halbwachs (1968) argumenta que: “el recuerdo es en gran medida una reconstrucción del pasado” que se ayuda de elementos del presente, y echa mano de “otras reconstrucciones hechas en épocas anteriores y de donde la imagen de antaño llega ya bien alterada” (p. 57).

La memoria vista así, no se encuentra en los individuos sino en los grupos, en las sociedades, en las colectividades: es ahí donde se gesta. “podemos hablar de memoria colectiva cuando evocamos un evento que ocupa un lugar en la vida de nuestro grupo y que lo hemos traído en un cierto aspecto, que lo consideramos todavía en el momento en que lo recordamos desde el punto de vista de ese grupo” (Halbwachs, 1968, p. 15).

4.1 Tiempo y Espacio

La memoria colectiva asume que es el significado de los acontecimientos por los que atraviesa un grupo o sociedad, lo que al paso de los años se recordará. A esta actividad contribuyen los marcos sociales, como el tiempo que empíricamente puede traducirse en fechas, mismas que guardan eventos significativos para su posterior conmemoración. Ocurre algo similar con el marco del espacio, puesto que es en los lugares donde las experiencias se guardan, sea en los barrios, en los parques, en las plazas o en cualquier otro sitio donde los grupos viven su realidad y, por tanto, ahí significan sus experiencias. Los grupos celebran con sus recuerdos de los acontecimientos a través de re-vivenciarlos en charlas, fotografías de los sitios importantes, de visitar lugares donde se gestó un hecho relevante para un grupo y en ocasiones con placas conmemorativas. “En los precursores de esta visión la relación entre lenguaje y memoria es estrecha. No podía ser de otro modo, toda vez que para comunicar los significados hay que recurrir al lenguaje, esa creación cultural que permite acordarnos de algo” (Mendoza, 2007, p. 3).

4.2 Fronteras de la memoria colectiva

La memoria colectiva tiene dos fronteras claras que la delimitan: por una parte está la memoria individual y por otra parte la historia. La primera de ellas, citando a Halbwachs en su texto *Memoria Colectiva* (1968), “afirma que las posibilidades del recuerdo se presentan a partir de que nosotros y los testimoniados que junto a nosotros recuerdan, formamos parte de un mismo grupo y se piensa en común por ciertas relaciones que se han establecido y por el contacto permanente en su seno, y de esta forma somos capaces de identificarnos con él y confundir nuestro pasado con el suyo” (p. 69). Los recuerdos del grupo no pueden distinguirse del todo de los recuerdos individuales, puesto que los recuerdos individuales forman parte de las rememoraciones de la colectividad. De esta manera, indagar sobre algunos recuerdos individuales puede ser mucho más complejo que consultar con otros acerca de ciertos hechos ocurridos y con los cuales tenemos algún referente directo a través de los miembros de un grupo, como lo son nuestra familia, vecinos, compañeros de escuela, de trabajo, de sindicato,

partido, etc. De este modo, “nuestros recuerdos siguen siendo colectivos, y son los demás quienes nos los recuerdan, a pesar de que se trata de hechos en los que hemos estado implicados nosotros solos, y objetos que hemos visto nosotros solos. Esto se debe a que en la realidad nunca estamos solos. (Halbwachs, 1968, p. 26). De este modo, la memoria individual y la memoria social están siempre en relación, a su vez que es un proceso construido socioculturalmente.

La otra frontera de la memoria colectiva que señala Mendoza, es la historia de la cual se diferencia porque ésta “da cuenta de los cambios en la sociedad, la memoria colectiva insiste en asegurar la permanencia del tiempo y la homogeneidad de la vida, como en un intento por mostrar que el pasado permanece, que nada ha cambiado dentro del grupo y, por ende, junto al pasado, la identidad de ese grupo también permanece, así como sus proyectos” (Fernández, 1991, citado por Mendoza, 2005, p. 72). De esto se desprende que para la historia sólo hay una versión de los hechos que predomina sobre los grupos y la sociedad, mientras que para la memoria colectiva puede haber tantas versiones como grupos y significaciones existan. Si miramos los acontecimientos en torno a las elecciones de 2006 bajo esta óptica, entenderemos el porqué la existencia de diferentes versiones son las contadas por quienes presenciaron o vivieron de forma cercana tal proceso. Lo mismo sucede con la siguiente diferencia de la memoria colectiva con la historia: “Mientras que la historia es el relato del cambio, la memoria es lo que no cambia, y a lo que siempre se puede recurrir para asegurarnos que seguimos siendo los mismos a pesar de los avatares de nuestras historias: que no cambiamos no obstante tanto cambio. Mientras que la historia marca el paso del tiempo, la memoria sella el no paso del tiempo.” (Fernández, 2004, p. 144).

Señala Mendoza, que la “memoria colectiva retiene del pasado aquello que considera significativo y que permanece con cierta “viveza”, aquello que es “capaz de vivir en la conciencia del grupo que la cultiva.” Ello sin duda nos habla también de la capacidad de olvido de los grupos, al no conservar o “cultivar” ciertos recuerdos que no le son significativos, o que inclusive, le estorban. Un ejemplo de ello es que en las versiones del proceso electoral de 2006 hay grupos sociales que no le dan la importancia de ser relevante a este proceso e inducen a que se le olvide (olvido social inducido), mientras

otros lo guardan voluntariamente en su memoria, porque lo consideran valioso y digno de ser recordado, así el recuerdo es cultivado. Por otra parte, la historia es una sucesión de hechos y datos, interpretados a veces de manera oficial y constituyen por tanto solo una de tantas versiones, con períodos de tiempo muy definidos y que generalmente coincide con la de los grupos en el poder.

Fernández (2004) afirma que “los grupos tienen la necesidad de reconstruir permanentemente sus recuerdos a través de sus conversaciones, contactos, rememoraciones, efemérides, usos y costumbres, conservación de sus objetos y pertenencias y permanencia en los lugares en donde se ha desarrollado su vida, porque la memoria es la única garantía de que el grupo sigue siendo el mismo, en medio de un mundo en perpetuo movimiento. Toda memoria, incluso la individual, se gesta y apoya en el pensamiento y la comunicación del grupo.” (p. 99).

Halbwachs (1968), también señala que “no es por mala voluntad o antipatía, repulsión o indiferencia que la memoria colectiva olvida una gran cantidad de eventos o personajes. Sucede que los grupos que guardaban el recuerdo han desaparecido. Es difícil decir en qué momento ha desaparecido un recuerdo colectivo, y si ha sido definitivamente de la memoria del grupo, precisamente porque es suficiente que se conserve en una parte limitada de cuerpo social para que se le pueda recordar” (p. 73). En todo caso, dice Mendoza (2005), lo que marca la diferencia entre memoria colectiva e historia es que en la primera hay continuidad y una retención del pasado que incide y permanece en la conciencia colectiva, y que le da sentido a la vida de un grupo, y no es una sucesión de datos oficiales como la historia.

Las cosmovisiones y la tradición oral de nuestros pueblos, son maravillosos ejemplos de las capacidades de la memoria colectiva, donde la existencia de una visión del mundo y sus relatos originados en los tiempos prehispánicos perduran en la conciencia y la vida cotidiana, así como en su quehacer y motivos de muchos pueblos indígenas de México. Los etnólogos están mayormente acostumbrados a tratar con estos recursos como nos lo muestra Alfredo López Austin (1995): “La cosmovisión puede equipararse en muchos sentidos a la gramática, obra de todos y de nadie, producto de la razón pero

no de la conciencia, coherente y con un núcleo unitario que aumenta su radio a medida que se restringe a sectores sociales de mayor homogeneidad. Como en el caso de la gramática, el orden y la coherencia de la cosmovisión derivan en buena parte de los procesos de comunicación a los que está sujeta... La Cosmovisión no se reduce a una esfera de ejercicio, sino que está presente en todas las actividades de la vida social, y principalmente las que comprenden distintos tipos de producción, la vida familiar, el cuidado del cuerpo, las relaciones comunales y las relaciones de autoridad". (p. 15). Así también, el etnólogo Julio Glockner en su libro, *Los Volcanes Sagrados* (1996), dedica un capítulo completo a la memoria indígena a través de los rituales que hoy día se celebran en las faldas de los volcanes Popocatepetl e Iztaccíhuatl, donde señala que en los tiempos de la conquista "las grandes fiestas y rituales colectivos habían desaparecido, las prácticas mágico-religioso permanecían esparcidas en todo el territorio gracias a una vigorosa memoria colectiva..."(Glockner, 1996, p. 112). Y en su relato nos cuenta las tradiciones que en la actualidad se efectúan en torno a los volcanes y que continúan vigentes en nuestros tiempos en la misma línea de la antigua cosmovisión.

Del mismo modo, Enrique Florescano (1999) dedica un volumen entero a la memoria indígena, donde señala que la memoria mesoamericana es una creación colectiva cuya función se orienta a registrar y ordenar los conocimientos vitales para el grupo. Esta memoria fue deliberadamente instituida para acumular experiencias y transmitir las a generaciones posteriores. Señalando la importancia de los lenguajes orales, visuales y corporales en la formación de la memoria indígena. Prácticas como la siembra del maíz fortalecen la cosmovisión indígena antigua, ya que forjó la identidad del campesino con los movimientos de las estaciones, las lluvias, el sol y la antigua cosmovisión de los ciclos del cielo y la tierra, a la naturaleza. Junto a ellos, la tradición oral y los ritos son parte esencial de esta memoria.

4.3 Olvido Social

En muchos de los pueblos indígenas la religión, la tradición oral, la mitología, la música y muchos de sus rituales, entre otros elementos de su cosmovisión, la importancia de salvaguardar el pasado cobra un énfasis jerárquico y de identidad, por ello, a veces

quienes estamos a la distancia, consideramos como extraño su manera de actuar y pensar, e inmediatamente hacemos comparaciones de acuerdo a los referentes inmediatos con los que contamos, pero no comprendemos que esos aspectos de la colectividad puede dar identidad, cohesión y pertenencia a ese grupo, principalmente porque no hemos compartido ni comprendido los elementos nodales de su memoria común, de su memoria colectiva acumulada y resguardada a través de muchos años de continuidad en su misma tradición cultural. También porque no parece ser algo que en el tipo de sociedad moderna diseñada para la actual forma de vida le sea conveniente y sea más fácil negar o simplemente olvidar su existencia, es este el caso de lo que se conoce como olvido social. Y es a través del olvido social que se ha posibilitado este distanciamiento de los grupos étnicos mexicanos. Señala Mendoza (2005) que “el olvido por intención, por omisión voluntaria, por intencionalidad, por intereses y por afanes de predominio se establece en una sociedad, y que por lo mismo se ha denominado a este tipo de olvido como social o institucional, éste último debido a que se impone desde las esferas de los gobiernos por parte de los grupos que detentan el poder”. (p. 104). En el presente, vivimos un marcado olvido social hacia el pasado inmediato que nos liga a las tradiciones vivas de nuestros pueblos, pero también a los hechos políticos que han derivado en acciones muy negativas del propio Estado, como haber hecho uso excesivo de la fuerza con pobladores, grupos étnicos, manifestantes y los acontecimientos asociados a los miles de muertos de los recientes años en una guerra que aún no acabamos de comprender. De igual manera, muchos hechos del proceso electoral que es objeto de esta investigación, también han sido eliminados de la historia oficial. Entonces, memoria y olvidos a través de sus vínculos del espacio y el tiempo, logran hacer trascender en la conciencia colectiva a pesar de las versiones de la historia para darnos una *versión viva y compartida*.

A la memoria colectiva se le contraponen el olvido social, que se puede enunciar como los procesos y prácticas que posibilitan el relegamiento de acontecimientos que en un momento tuvieron interés y sentido para un grupo, colectividad o sociedad, y que se pretende su desaparición del escenario social. La forma que cobrará dependerá del momento y la dinámica social. “El Olvido Social puede definirse como la imposibilidad de evocar o expresar acontecimientos significativos que en algún momento ocuparon la

vida de un grupo, sociedad o colectividad, pero cuya comunicación se ve bloqueada por entidades supragrupales, como el poder, la dinámica social, que pretenden silenciar o relegar esos sucesos significativos de esa sociedad, por la razón de que se pretende imponer una sola visión sobre el pasado vivido experimentado por esa colectividad o porque no interesan para el modelo social que impera en ese momento” (Mendoza, 2007, p. 24). Este autor señala también que el poder es un actor adicional para posibilitar el olvido social que se disputa con la memoria colectiva su permanencia. Este poder, en la realidad cobra forma como grupo dominante que determina en buena medida que es lo que hay que olvidar y que es lo que debe mantenerse en la memoria. Así, igual que el presente que hay que recordar, el pasado por recuperar queda en manos de este poder. Al respecto Florescano dice: “Puesto que la reconstrucción del pasado es una operación que se hace desde el presente, es natural que los intereses que más pesan en ese momento participen en la recuperación del pasado. Cada vez que un movimiento político impone su dominio sobre el resto de la sociedad, su triunfo se vuelve la medida de lo histórico, domina el presente, comienza a determinar el futuro y reordena el pasado: define qué recuperar del inmenso pasado y el *para qué* de la recuperación. Desde los tiempos más remotos la inquisición acerca del pasado, antes que científica, ha sido primordialmente política: una recuperación selectiva, adecuada a los a los intereses del presente para obrar sobre el porvenir.” (Florescano, 2012, p. 97).

Mendoza (2007) nos señala que existen por lo menos tres formas de olvido social: Una forma es en la que oficialmente se prohíbe recordar determinados hechos pasados. Muchos hechos dolorosos de la humanidad se han hecho acallar para que no influyan en el presente y en algunas ocasiones suele hasta castigarse de manera indirecta a quien se atreva atentar contra estas prohibiciones.

El segundo tipo de prohibiciones es aquel que se impone por el rápido proceso de la transmisión de mensajes en la modernidad, y que no permite que se edifique un cuerpo de comprensión sobre ciertos temas, y con ello la memoria no se estructure de manera completa. “Se trata de un olvido que los acontecimientos significativos de una colectividad se guarden y por tanto no se conserven y menos aún se comuniquen. Esto lo imprime el ritmo social, la velocidad con que una sociedad se mueve: la dinámica social

es de tal vertiginosidad que impide que un acontecimiento sea significativo porque aun no ha terminado de respirarse, de vivirse, de significarse y ya está llegando el otro” (Mendoza, 2007, p. 25).

El tercer tipo de olvido social es el denominado institucional, o bien se puede decir dirigido, es el que se ejerce como una práctica recurrente en forma de omisión de ciertos aspectos del pasado, imponer una versión única sobre ciertos acontecimientos ocurridos, por un grupo o grupos que pretenden imponerse sobre otros. Este tipo de olvido lo vemos muy claramente en las campañas electorales y lo vimos en 2006, donde algunos partidos pretendían mostrar las mejores alternativas señalando los logros hechos y olvidando los errores de su partido, manipulando el pasado y omitiendo otros hechos que podrían estar en su contra fácilmente. “El relato que se instala con facilidad entre los discursos de circulación corriente, mediáticos, y políticos aceptados por la buena sociedad, incluso “progresista”; el discurso de las “verdades” instaladas –provenga de donde provenga- se parece demasiado a la amnesia. Es una suerte de olvido inconsciente de si mismo, porque al congelarse traiciona la única memoria posible que es necesariamente reinterpretación” (Calveiro, 2011, citado por Mendoza, 2007, p. 25).

En los últimos años hemos visto el cambio de significados que los gobiernos han otorgado a importantes fechas históricas y su conmemoración, esta también es una forma de olvido institucional, así por ejemplo el 1 de mayo, donde se conmemoraba el día del trabajo, es omitido como día festivo por la significancia que aludía a los logros de los obreros en otras épocas. Lo mismo pasa con el 18 de marzo, día en que se conmemora la expropiación petrolera por Lázaro Cárdenas en 1938. Este hecho lo acompaña la constante campaña de desprestigio hacia PEMEX, donde se quiere hacer ver que tiene un mal funcionamiento y que únicamente lo mejoraría si la iniciativa privada y extranjera lo salvan. Claramente lo que se persigue es el desprestigio público de la empresa, para lo cual se justificaría un cambio de dueño. Esta forma de manejar los significados de fechas y conmemoraciones es un claro ejemplo de orquestar un olvido institucional, promovido desde una parte del gobierno.

Otra forma del olvido social es la que opera a través del silencio u omisión. El ignorar la existencia de ciertos hechos callando y silenciando hablar de ellos, es una manera de no permitir el recuerdo. Este método es muy recurrido por los medios de comunicación y por los gobiernos. Una muestra clara de ello es la mala orientación de los contenidos comerciales en televisión, donde aquellos que no reditúan ganancias económicas a estos, no son siquiera tocados, dejando a importantes aspectos de la cultura nacional fuera del contexto de los temas comunes de los medios de comunicación. Pero también los grandes problemas nacionales caen en este rubro: la pobreza, las deficiencias de la educación, las responsabilidades del Estado en materia de salud pública y empleo, entre otros, son omitidos de las agendas noticiosas intencionalmente, y a veces hasta en forma remunerada por quienes no desean difundir la existencia de estos problemas.

Otros hechos de importancia nacional son callados e incluso sus fuentes de información ocultados: la guerra sucia, los presos políticos del 68, las acciones contra los pobladores de Atenco y sus verdaderos motivos, la masacre de Acteal en Chiapas hace 14 años, y los tantos desaparecidos inocentes de los últimos años en nuestro país, que no acabamos de digerir y comprender la importancia y magnitud de la gravedad de estos hechos. Esto es el olvido institucional.

4.4 Memoria colectiva y futuro del grupo.

Otros autores que han escrito también acerca de la memoria colectiva nos señalan que esta es definitiva y primordial en la comunicación humana, debido a su capacidad de compartir y construir recuerdos que harán proyecciones hacia el futuro a partir de la experiencia de la colectividad, posibilitando el desarrollo y relaciones de los pueblos. En este sentido es que los antropólogos Duch y Mèlich, (2009, p. 97), señalan que es la memoria de los grupos humanos la que hace posible la adquisición del lenguaje y con ello, la construcción de su espacio y su tiempo. “A nivel individual y colectivo, nunca puede dejar de ser un heredero, cuya herencia, de una manera u otra, siempre se encuentra inscrita en una «comunidad de memoria», es decir, en el seno de una determinada tradición cultural, religiosa, política y social” (Duch y Mèlich, p. 99) Ello, posibilita la continuidad de la memoria, la que se da a través de la interacción de memoria-olvido

y son las bases de los cambios. “El hecho de recordar constituye un autentico motor de todo cambio, y además, supone el cambio, porque se recuerda desde aquí y ahora concretos, desde un momento específico de la secuencia temporal del ser humano, con la finalidad de «pro-yectarse» hacia el futuro y actualizar en forma de alternativas de cualquier momento presente” (Duch y Mèlich, p. 99). Por ello pensamos que los procesos de descomposición social se inician con fracturas de la identidad y la memoria colectiva de los grupos, posibilitando el “no reconocimiento” de los miembros de la comunidad con experiencias comunes y lazos de afectividad, situando al otro como un extraño, alejados de nosotros mismos. Del mismo modo, se señala que “una adecuada recepción, contextualización y asimilación de la herencia –de la tradición- que es propia de cada cultura es decisiva para la existencia, humanización y salud de los individuos y grupos humanos. En el momento actual, resulta evidente que nos encontramos sumergidos en una «civilización del olvido», que rechaza la tensión creadora entre el recuerdo y el olvido” (Duch y Mèlich p. 99).

5. Opinión pública, actitudes y procesos políticos

Nos dice Botero (2006) que “entre la actitud y la opinión pública hay una serie de elementos que determinan el carácter mismo de la opinión. Estos elementos son costumbres, estereotipos, valores, así como elementos propios de las influencias familiares, escolares y políticas.” (p. 39). La perspectiva de la opinión pública y de las actitudes resulta de especial interés para el presente trabajo, ya que brinda elementos metodológicos para abordar el tema de las elecciones de 2006.

La opinión, cómo parte del concepto de opinión pública, esta relacionada directamente a los términos saber y conocer. Botero (2006, p. 22), nos señala que esta relación surge desde la época de los clásicos griegos, donde Protágoras hace referencia a las creencias, como opinión de las mayorías y Platón hace una separación entre *doxa* (opinión) y *episteme* (ciencia), diferenciando así el saber de la gente común frente el autentico conocimiento de la ciencia reservado a una minoría. Y aunque para Platón la opinión no carecía completamente de valor, la definía como más oscura que el conocimiento, pero más clara que la ignorancia. Así, la opinión aparece en la filosofía antigua como una negación de la ciencia que no puede explicar la realidad, como un saber que crea una ilusión de conocimiento y de dominio de la verdad. Esta visión clásica de la opinión persistirá durante muchos años e influye el pensamiento moderno.

Otra forma de ver la opinión es la asociada al llamado sentido común, “que muestra poco interés en explicar sistemáticamente los hechos que observa y no se preocupa seriamente por el ámbito de aplicación válida de sus creencias” (Botero, 2006 p. 24). De este modo, el sentido común se asemeja a la opinión en cuanto no profundiza en el conocimiento y se mantiene en un nivel simple o superficial del conocimiento, tal que explique la naturaleza de los fenómenos. El sentido común emplea la valoración personal y subjetiva para su formación, de tal modo que los juicios incluidos en las opiniones surgidas del sentido común dan explicaciones que tienden a tomar en cuenta dichas valoraciones, muchas veces imprecisas. Sin embargo, tampoco se debe despreciar este conocimiento, ya que es el sentido común el que ha posibilitado resolver problemas que surgieron de los problemas prácticos de la vida cotidiana, por ejemplo las ma-

temáticas y la geometría surge como una necesidad ante los problemas de medición; la medicina surge ante los problemas de salud, etc. De esta manera “estos orígenes hacen posible formular que las ciencias son, simplemente, el sentido común organizado y clasificado. El deseo de hallar explicaciones que sean sistemáticas y controlables lo que da origen a la ciencia. (Botero, 2006, p. 23).

Berger y Luckmann (2005) al hablar del método que ellos hacen uso para analizar y explicar su teoría “sociología del conocimiento” le dan un valor preponderante al sentido común y se refieren a él de la siguiente forma: “El sentido común encierra innumerables interpretaciones precientíficas o cuasi-científicas sobre la realidad cotidiana, a la que da por establecida. Si vamos a describir la realidad del sentido común, tendremos que referirnos a estas interpretaciones, así como también tendremos que tomar en cuenta su carácter de presupuesto; pero lo hacemos colocándolo entre paréntesis fenomenológicos.” (pp. 35-36).

Desde esta perspectiva, la opinión puede ser un referente útil si se toma en cuenta que es un conocimiento que tiene limitaciones pero que ofrece en sí, una manera de abordar los contenidos de lo que la gente piensa respecto a determinados temas, siendo así las opiniones de gran utilidad para valorar el estado de las cosas, con referente en una población dada. De aquí que la actitud tenga una gran cercanía a la opinión, y como se mencionó antes, la actitud puede hacer referencia a la opinión, en cuanto se expresa y traduce en acción o intención. De ahí que Botero (2006) afirme que “las personas tenemos la tendencia a tomar primero una actitud frente a un hecho real y hacer luego una opinión en relación con ella. La opinión implica un parecer sobre lo que conviene hacer, por eso está muy cerca de la actitud que determina”, (p. 39). Esto lo vemos claramente con los diversos aspectos de la vida cotidiana, entre los que se encuentran los de índole política, donde se trata de emitir una respuesta, o un juicio, acerca de lo que nos conviene o no respecto a las personas que se encargan del actuar público.

En forma general sabemos que las actitudes son las predisposiciones, sentimientos, estado mental, suma de de inclinaciones, etc., que los individuos tenemos de manera favorable o desfavorable respecto a algún tema, noticia, personaje público, tema políti-

co o de moda, respecto a información aparecida en los medios de comunicación, y diversas situaciones que se nos presentan en la vida cotidiana. Si bien las actitudes no aparecen como algo permanente o inmodificable en los individuos, si están sujetas a transformaciones por la información recibida y dentro del mismo proceso de socialización, se adaptan y transforman para permitir que los individuos establezcan vínculos con personas de ideas semejantes y fortalezcan una identidad que nos ubica en un grupo social determinado y nos hace sentir parte de él.

Si tomamos en cuenta los elementos básicos de la actitud: cognitivo, emocional y de conducta, encontramos que las diversas definiciones coinciden en esta forma de asignarle estas atribuciones, en todo caso lo que nos interesa aquí es obtener una explicación favorable que nos vincule la opinión con la actitud. Una de ellas nos acerca a los consensos, y en todo caso a los disensos, entendidos estos como la capacidad de poder disentir y estar en desacuerdo con las opiniones de otros, y esta es una característica de la opinión. “La opinión, para que sea verdadera opinión, requiere que haya diferencia de criterios, de posiciones, de actitudes. Una opinión, desde esta perspectiva, es la expresión de una actitud respecto a un tema de controversia”. (Botero, 2006, p. 43).

Una definición que nos parece de tomar en cuenta nos dice: “Actitud es la disposición del individuo para evaluar algún símbolo o aspecto del mundo de manera favorable o desfavorable. La opinión es la expresión verbal de la actitud: más, las actitudes pueden también ser expresadas por una conducta no verbalizada. Las actitudes incluyen a la vez el núcleo afectivo o sentimental de inclinación o rechazo, como también los elementos cognoscitivos o de creencia que describen el objeto de la actitud, sus características y relaciones con otros objetos”. (D. Katz, citado por Botero, 2006, p. 40).

El tema de las actitudes dentro de la psicología social es actualmente un tema en el que se acepta que no hay acuerdo en la manera que se estructuran y forman, pero son de gran utilidad en cuanto a su medición, y a través de sus valores expresados y traducidos a datos cuantitativos, es posible establecer aproximaciones a las ideas respecto a temas diversos de personas y grupos de personas. Por ello también, la medición de actitudes es de gran utilidad para la industria de la publicidad, ya que localiza las prefe-

rencias y características de los públicos, y esta información cobra gran relevancia a los diferentes productores de mercancías diversas. Las encuestas de opinión elaboradas y aplicadas por empresas que miden las preferencias electorales en periodos de elecciones, contienen elementos basados en estas útiles herramientas.

En este caso, la escala de actitudes utilizada en el instrumento aplicado es de una enorme ayuda, ya que fue posible encontrar variables que aportaron información de gran valor para nuestras hipótesis.

5.1 Lo público y lo privado.

Dussel (2006) nos define a lo público y lo privado como las “diversas posiciones o modos de ejercer la intersubjetividad. La intersubjetividad contiene ante sus ojos a la trama desde donde se desarrolla la objetividad de las acciones y las instituciones” (p. 11). Más adelante nos aclara que lo que se denomina privado hay por lo menos dos participantes en la esfera de los “próximos” de los “nuestros”, de los “propios” de los “habituales”, de los “familiares”. De los que se encuentran “para adentro” de las paredes intimas como las del hogar, la familia y la vida personal que separa lo “extraño”, “ajeno”, “exterior”... Mientras lo público, es el modo en que el sujeto adopta como posición intersubjetiva el “campo de los otros”, modo que permite la función de “actor” cuyos “papeles” o acciones se representan ante la mirada de todos los otros actores...”. Esto implica, que una opinión sobre los asuntos públicos es una opinión presentada y expuesta en relación a la opinión de los demás, de los otros, de lo público. Así entonces, lo político es un asunto público y la opinión de la población es un tema público. La democracia también es un asunto público.

Y desde el plano de la psicología colectiva Fernández (2004) nos señala que la interacción es el pensamiento de la sociedad. Y que la “cosa” que piensa la sociedad recibe el nombre genérico de realidad. (p. 15) Así, la interacción social es la sustancia activa de las sociedades; es también una “sustancia pública en el sentido estricto de que los individuos no son nunca lo que sean por dentro, sino que son siempre lo que pongan fuera de si mismos, lo que cedan al dominio común de las relaciones sociales, lo que donen a

la materia intersticial y que por eso ésta no es propiedad de nadie sino que le pertenece a la sociedad; lo público es aquello que le es interior a la sociedad: toda interacción es entrañablemente una *res pública*; público significa que los individuos comienzan de aquí hacia fuera, nunca de aquí para adentro, y que sólo existen en medio de los demás” (Fernández, 2006, pp. 76-77).

5.2 La opinión pública y los procesos políticos

Tanto Platón en su obra *La República* y Aristóteles en *La Política*, establecen ya la importancia de reflexionar sobre el concepto de opinión pública, la cual a través de la historia será retomada de diferentes maneras hasta llegar a nuestros días, siempre ligada a lo político y a la crítica del poder.

Durante la edad media la opinión pública era un asunto propio de los hombres de Iglesia, y un asunto propio de la fe, por ello no podía refutarse. Lo popular y lo religioso era una sola voz y sólo podía ser emitida por quién tuviera el respaldo de la iglesia, la opinión pública era una cosa divina, interpretada por los representantes de Dios en la tierra. (Botero, 2006, p. 78).

Maquiavelo (1962) en *El príncipe*, sería quién desarrollaría las ideas básicas de la comunicación política entre gobernantes y gobernados. Y durante el Renacimiento la pérdida de poder de la iglesia católica da pie al florecimiento del conocimiento, las artes y la cultura, a la Ilustración y da paso a la Edad Moderna. Maquiavelo expresa en este momento que *el príncipe* tiene la necesidad de apoyarse en el pueblo para gobernar, al tiempo que describe la fuerza de la voz de las muchedumbres y las exalta en la siguiente frase “Los príncipes pueden apoyarse en el pueblo, que a veces es más fuerte que el ejército.”(Maquiavelo, 1962, p. 116).

No es hasta finales del siglo XVII, cuando Hobbes y Locke (citados por Botero, 2006), crean el concepto de opinión pública así como su uso desde la Modernidad hasta nuestros días. Hobbes señala que la conciencia se convierte en opinión. Y el concepto Opinión Pública sería equivalente a reputación, a consideración y a visión general de los

demás. Mientras Loke identificó tres leyes generales que gobiernan la conducta humana: la primera, la ley divina. La segunda, la ley civil; y la tercera, la ley de la virtud y el vicio, de la opinión o de la reputación. Pero fue Rousseau quien se preocupó desde 1750 del poder que reviste el tema de la opinión pública. En medio de esta preocupación, la Revolución Francesa fue el movimiento histórico que permitió se trasladara el monopolio de los círculos ilustrados a manos del pueblo. “La voluntad popular puede dirigir sola las fuerzas del Estado, según el objetivo de su institución que es un bien común. Así, es que es hasta los gobiernos democráticos cuando la tensión entre pueblo y gobierno producida por la opinión del pueblo, adquirirá una verdadera fuerza operativa, mostrando que el componente de la opinión pública es un factor de equilibrio y en contra de gobiernos absolutistas.” (Rousseau, citado por Botero, 2006, p. 81).

La opinión pública, dice Sartori (1988) en su sentido más primario se llama pública a una opinión “no sólo porque se encuentra difundida en el público, sino además porque pertenece a las «cosas públicas»” (p. 118), Dussel (2006) agrega: “cuando el ciudadano participa simétricamente⁸, se puede llegar a consensos, a veces no intencionales sino aceptados por tradición y no por ello menos vigentes, que producen convergencia de voluntades hacia un bien común. Esto es lo que podemos denominar propiamente «poder político»” (p. 14). Las elecciones son sin duda, una de las expresiones más contundentes de la expresión de este poder, pero dadas las continuas actitudes de la clase gobernante frente a sus resultados, la población ha perdido la dimensión real de lo que tiene en sus manos y ha posibilitado que los fraudes electorales sean mucho más frecuentes de lo que imaginamos.

Sin embargo, en el mundo actual, “un conjunto de rumores no puede convertirse en opinión pública hasta que la tecnología permite la aparición de una prensa, de “noticias” y de noticiarios escritos” (Sartori, 1988, p. 118). De ello deriva que la opinión pública está inmersa dentro de proceso de formación de opinión a través de una compleja relación medios-sociedad. Cabe aquí pensar en una triangulación de los tiempos moder-

⁸ Dussel (2006) hace la diferencia de la participación no simétrica o asimétrica, explicando que cuando los miembros de una comunidad buscan lograr la consecución sólo de sus intereses privados, los cuales son múltiples, contrapuestos, anularía la voluntad del otro y daría como resultado que no se de consenso alguno, sino una impotencia para alcanzar fines comunes. (p. 14).

nos: medios-sociedad-gobierno.

En el contexto de la democracia, esta triangulación, parecería que las decisiones de los ciudadanos están a expensas de las alianzas o rupturas de los medios y el gobierno, lo que además nos lleva a analizar la participación de una compleja red de complicidades en los tiempos actuales del modernismo neoliberal globalizante. Y aquí entra el concepto de formación de opinión pública y la legitimación. Sartori señala que “en la formación de la opinión pública intervienen tres procesos: a) las opiniones que destilan las diferentes élites; b) el hervidero de opiniones que emana de la base y c) las identificaciones de los grupos de referencia (Sartori, 1988, p. 126). Para este autor, los medios de comunicación son un especial fabricante de opinión. Cabe aquí entonces la pregunta si esto es “legítimo” y si en un sistema democrático cabe la formación dirigida de opinión pública. La respuesta es variada y varios autores analizan el problema. Botero (2006) dice que existen liderazgos que se encargan de legitimar los diversos procesos de la sociedad. “En una democracia, el legitimador se convierte en garante de la existencia de la opinión pública. Los legitimadores son aquellas personas que son reconocidas socialmente por los públicos o que los medios masivos de información crean o consolidan, a través de la publicación de sus opiniones” (p. 185). En este sentido, la actuación de los líderes legitimadores de opinión pública puede ser considerada como una puesta en escena donde se encuentran los gobernantes, los dirigentes políticos, los comentaristas de televisión, entre otros, y el público son los espectadores –activos o pasivos- de su obra.

La opinión pública, la memoria y el olvido colectivo aparecen como enfoques distintos que analizan fenómenos en común. Sin embargo lo que se recuerda está en función de las ideas y conceptos que la sociedad piensa y asume. El pensamiento de la sociedad esta así en función de las ideas expresadas en los diversos ámbitos sociales, también de aquellas formas de analizar a la realidad que influyen directamente sobre los grupos sociales y estos a su vez, asumen como validas y las confrontan con su propio cúmulo de experiencias y recuerdos, para luego formar consensos y disensos, opiniones a favor o en contra de algún proceso, acciones que en ocasiones requieren precisamente más de un enfoque para su análisis.

6. Democracia y cultura política en México

“... Desde los tiempos en que la democracia ciudadana fue concebida y puesta en práctica en la Grecia antigua, le ha llevado a la humanidad más de dos mil años en idear y construir una democracia viable a gran escala. Dado que los sistemas políticos son producto de los hombres, la creación de las democracias actuales se basa, y puede rastrearse, en la historia de las ideas y de los ideales” Sartori, (1988, p. 15)

6.1 Ideal de la democracia

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su Artículo 26 A que: “El Estado organizará un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solides, dinamismo, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización, social, cultural de la Nación” (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 1917/2012). De igual forma, en el Artículo 41 de la Constitución se regulan las elecciones y se da atribuciones a partidos políticos, instituciones electorales y en general, con todo aquello que tenga que ver con elecciones democráticas y transparentes.

A partir de la clásica clasificación de las tres formas de gobierno realizada primero por Platón y luego por Aristóteles, se puede tratar de entender ¿qué es democracia?. Según su definición inicial comparativa, monarquía es el gobierno de uno; aristocracia, gobierno “de los mejores” para Platón o “de los menos” para Aristóteles y la democracia, el “gobierno de la multitud” para Platón y “de la mayoría” para Aristóteles. De los diversos sistemas de gobierno, se fue lentamente decantando la democracia como el único factible para alcanzar legitimidad (Dussel, 2006, p. 43). Democracia significa, literalmente, “poder del pueblo”. Pero en la práctica no corresponde este significado a los hechos, sino que cambia y ésta primera definición queda en lo ideal, aunque su significado literal denota la necesidad de no poder separar lo que la democracia debería ser.

Sartori (1988, p.27) agrega que la democracia debe su existencia a sus valores tales como la soberanía, igualdad ⁹ y autogobierno, así el término democracia tiene una función denotativa o descriptiva, y otra persuasiva y normativa que se refiere propiamente a la forma que al aplicarse en la realidad adquiere. Teniendo presente siempre que el ideal de democracia (*deber ser*) no siempre corresponde a la realidad democrática de las naciones, y la una es motivo de existencia de la otra, conformada por las interacciones entre ideales y su realidad, el empuje del *deber* y la resistencia del *es*. También esto se relaciona con el ideal de perfección de la democracia al que Dussel se refiere cuando nos dice que “hoy de lo que se trata es de determinar o mejorar los diversos tipos de democracia (la democracia republicana, liberal, social demócrata, del Estado de bienestar, populista de los Estados post-coloniales, etc.) ...La democracia es un sistema perpetuamente inacabado.” (Dussel, 2006, p. 43).

Se acepta en forma general la definición de democracia que dice: es una forma de organización social, cuya característica fundamental es que el poder reside en la totalidad de sus miembros, haciendo que la toma de decisiones responda a la voluntad colectiva de los miembros de la sociedad. En sentido estricto la democracia es una forma de organización del Estado, en la cual las decisiones colectivas son adoptadas mediante mecanismos de participación directa o indirecta, mismas que les dan legitimidad a los representantes.

Se dice que hay democracia directa cuando la decisión es adoptada directamente por los miembros del pueblo. Hay democracia indirecta o representativa cuando la decisión es adoptada por personas reconocidas por el pueblo como sus representantes como lo

⁹ La Revolución Francesa se enunciaba con la proclamación de “igualdad, fraternidad, libertad”, de ahí se retoman muchos de los conceptos y valores modernos políticos. Sin embargo el concepto tiene por tanto una infinidad de interpretaciones, algunos en franca contradicción con el principio libertario como vemos por ejemplo durante la época inmediatamente posterior a la Revolución Francesa, en 1902 en la mismísima Francia: el parlamento de este país no podía aceptar que en su colonia en América más importante, Santo Domingo (hoy Haití), el medio millón de esclavos africanos que estaban en rebelión para quitarse las cadenas de la esclavitud, lograra su cometido y envía tropas para acallarlo por vía de las armas. No se concebía la posibilidad de perder los ingresos de la colonia por un movimiento de esclavos. El movimiento triunfó en 1805 y Haití declaró su independencia de Francia. (James, 1938).

es en México. Entonces se establece que hay democracia participativa cuando se facilita a los ciudadanos la posibilidad de asociarse y organizarse de tal modo que puedan ejercer una influencia directa en las decisiones públicas y generalmente se hace a través de los partidos, y también es posible cuando se facilita a la ciudadanía amplios mecanismos plebiscitarios, cayendo así en el terreno de lo que debería ser ya que en México se carece de dichos mecanismos.

De la misma manera, cada nación adopta a su estilo el concepto democracia, donde las modalidades varían de uno a otro, por ejemplo en los Estados Unidos de Norteamérica existe una democracia liberal que se basa en el respeto a la propiedad privada y el libre comercio. De ahí que se entienda su estilo, donde la libertad a su entender, y principio a defenderla conlleva estos elementos básicos y es eje de su gobierno y su justificante para mantenerse como nación con el derecho de imponer su hegemonía (inclusive por la vía armada).

Vale la pena citar a Dussel (2006) en esta definición: “La democracia, esencialmente, es una institucionalización de las mediaciones que permiten ejecutar acciones e instituciones, ejercicios delegados del poder, legítimos. Se implementan con sistemas de instituciones empíricas, inventadas, probadas, y corregidas durante milenios por la humanidad, a fin de alcanzar una aceptación fuerte por parte de todos los ciudadanos.” (p. 55).

Desde una perspectiva de la psicología colectiva, Fernández (2006) nos ubica en el marco de la democracia señalando las pequeñas diferencias, pero sustanciales, que existen entre el liberalismo y la democracia. Nos señala que en el liberalismo “al final de cuentas, de todas maneras van a salir ganando unos, los que son inteligentes, mercantiles, competitivos, tienen conocidos influyentes y fueron a la escuela, mientras que otros, en este marco de liberalismo, van a salir perdiendo, concretamente los que no sepan competir y no tengan educación.”(p. 66). Señalando que en esta forma de pensar lo más importante es el individuo y lo convierte en filosofía de vida, oponiéndose a las formas de pensamiento que impliquen organización de las colectividades y todo tipo de agrupaciones que tenga el denominador común de la solidaridad como una parte impor-

tante para su subsistencia y desarrollo. Mientras “la democracia postula que la igualdad se hace en las relaciones que se establezcan en la sociedad, y por ende, todos, pobres y ricos, enfermos y saludables, letrados e iletrados, hombres y mujeres, no pueden ser considerados por tales características, sino por el hecho de pertenecer a la sociedad e ingresar a sus relaciones” (Fernández, 2006, p. 67). Señalándonos además, que lo que cuenta es el intercambio de las ideas, la confrontación de pareceres, sin contar lo que hay dentro de los individuos. Así, el concepto de democracia, como también nos lo ha señalado Dussel, penetra el campo de lo “público”, pero además se le agrega la noción de “interacción”, donde los individuos son “instancias vacías” y son entonces “participantes de la interacción social”, de la interacción colectiva.

Ahora bien, comprender estos conceptos al nivel de opinión expresada por la sociedad se torna de importancia para este trabajo, ya que si bien la teoría puede expresar las principales ideas de la democracia, la idea de ella en la sociedad, o en sectores de ella, puede ayudar a comprender mejor la relación que guardan las instituciones de los gobiernos “democráticos” y sus ciudadanos. Diversos estudios se han realizado en torno a este tema, uno de ellos es el de D’Adamo y García Beardeoux (1995), que nos señala la importancia de comprender las pautas que rigen en el funcionamiento de las comunidades y los diversos aspectos que las componen. “Dichas pautas pueden ser analizadas a través de cuestiones y prácticas cotidianas como las formas de la política, la legitimidad percibida de las instituciones democráticas y del accionar de la justicia, y las normas en general de un modo de convivir e interactuar socialmente” (p. 79). Estos autores realizan un estudio de actitudes hacia la democracia con población estudiantil de Argentina, donde analizan valores democráticos como la libertad, la igualdad, la libertad de expresión, el respeto a los derechos naturales, y otros. Su estudio enfatiza, ante todo la necesidad de organización y participación ciudadana para el establecimiento de una democracia y cuando los ciudadanos pueden, además de emitir su voto, ser consultados a través de otros mecanismos de consulta como los plebiscitos. (p. 86).

En nuestra investigación, medimos a través de un estudio de opinión, algunas de las ideas referente a la actuación de los medios, la propaganda política y la actuación de las instituciones electorales durante el periodo electoral de 2006, recopiladas varios años después del proceso para conocer y valorar, por una parte, la memoria asociada a

este proceso y por otra, las opiniones y actitudes frente a los componentes descritos de este proceso.

El instrumento utilizado en nuestro estudio no fue diseñado originalmente para medir directamente aspectos relativos a la democracia, sin embargo a través de las respuestas dadas a ítems específicos, reordenados y clasificados, que tenían relación directa con el concepto “ideal de democracia” encontramos elementos que podrían contribuir a mejorarla. Recordemos que la democracia se finca en los anhelos de la sociedad de una mejoría social, de justicia e igualdad que la mayoría de las veces no corresponden a la realidad, principalmente porque no se poseen. De ahí surge entonces el ideal, el deseo de cambio, las propuestas de mejoría, de rechazo y negación a aquellas formas que no están de acuerdo a este ideal, enmarcándose estas ideas en el sentir del común de la gente y dentro de un esquema del “deber ser” como lo ha indicado ya Sartori (1988, p. 27). El instrumento, contiene una amplia escala de actitudes en la cual fue posible interpretar, a partir de sus valores cuantitativos, este anhelo manifestado a través de acuerdos y desacuerdos con los eventos y acciones ocurridos durante el periodo electoral de 2006 y que en los resultados y conclusiones se mostrarán.

6.2 Elecciones y democracia

En el Artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se lee: “La renovación de los poderes Legislativo y Ejecutivo se realizará mediante elecciones libres auténticas y periódicas” Por otra parte establece en el Artículo 36, párrafo III que son obligaciones de los ciudadanos, “votar en las elecciones populares en los términos que señale la ley”. De este modo, la Constitución Política de nuestro país establece claramente la manera que ha de elegir a sus representantes y gobernantes a través del voto obligatorio. La democracia y la soberanía se legitiman a través de este procedimiento y además, se asientan las bases para ello, haciendo hincapié en dónde radica la soberanía y las bases democráticas de la nación. Así el Artículo 39 dice: “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.”(Constitución Política de los

Estados Unidos Mexicanos, 1917/2012).

De acuerdo a lo expuesto con anterioridad y haciendo referencia a Sartori (1988, p. 116) si encontramos a un pueblo ejerciendo plenamente su función ideal de gobernar es en las elecciones. Etapa en la cual el proceso democrático se concreta y resulta en el hecho de elegir. Para ello, las elecciones constatan del consenso de la población votante y eliminan el consenso fraudulento. Llegando a obtenerse un registro de las decisiones de los votantes, es decir, del cómputo de opiniones. Así la elección es la garantía mecánica de la democracia, pero siempre y cuando el ciudadano común haya obtenido información libre de manipulaciones respecto a los fabricantes de opinión, esto es, los medios de comunicación, la propaganda política constante y otras variables, las cuales están determinadas por un sistema de valores asociados a una forma particular de comprensión del mundo, a veces denominada ideología¹⁰.

Al respecto Sartori señala que “la opinión de los gobernados es la base real de todo gobierno” y en ese mismo sentido las elecciones tienen la finalidad de crear un «gobierno de opinión» sensible y responsable para con la opinión pública” (Sartori, 1988, p. 117). Por ello las elecciones deben ser libres: las elecciones libres con una opinión que no es libre no significan nada, ya que en ese sentido el pueblo debe ser soberano. Lo opuesto a ello sería un pueblo vacío que no tiene nada que decir, sin opiniones propias y lo que haría en la elección sería sólo ratificar a una postulación ajena.

En este sentido: ¿hasta qué punto podemos conocer el grado de libertad de los ciudadanos, respecto a los fabricantes de opinión? Entonces, ¿si la opinión no es libre, las elecciones se pueden considerar “inducidas” o carentes de validez? Nos proponemos analizar algunos aspectos asociados a estos postulados, ya que de manera cotidiana el ciudadano común no se cuestiona si sus juicios en torno a la política son libres o si son repeticiones casi idénticas de otras opiniones, generalmente dadas a través de los co-

¹⁰ Vale la pena señalar lo que sucede con la televisión, “en donde el hecho *de ver* prevalece sobre el hecho *de hablar*, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la imagen, comenta la imagen. Y, como consecuencia, el telespectador es más un animal vidente que un animal simbólico”. (Sartori, 1997)

mentarios expresados por formadores de opinión profesionales a través de los medios de comunicación. El impacto logrado por el mensaje publicitario o político permanece en la conciencia del público, y ante la carencia de referentes y opiniones diferentes, la información recibida es adoptada como válida, autorizada, veraz, y por tanto, aceptada como propia y mantenida en el tiempo en forma de memoria. Debido a que los medios son considerados, por una buena parte de la población, que tienen la autoridad moral para emitir juicios de valor respecto a los asuntos de la vida pública, resulta fácil aplicar muchas de sus técnicas de persuasión, sobre todo en los temas políticos y económicos en donde la información brindada se limita la cantidad de opiniones a unas cuantas.

Sin embargo, muchos fenómenos sociales como los acontecidos en 2006, han propiciado la participación y observación directa, la obtención de información alternativa del ciudadano, sino es que hasta la experiencia directa, tal que le permita formar una opinión más propia y sesgada de la mostrada por los formadores de opinión los medios de comunicación. Y aunque muchas veces no se racionalice la experiencia de manera inmediata, sí dará bases para comparar e interpretar de mejor manera esta información. En este sentido se enriquece una parte de la opinión de los ciudadanos hacia los aspectos políticos. Junto a ello, les proporciona elementos de análisis de la realidad tal que permite reducir los grados de aceptación directa de los formadores de opinión, en todo caso, propicia una resistencia natural que inicia un proceso de apertura y observancia a los acontecimientos políticos en general.

6.3 Historia breve de las elecciones y la democracia en México. La memoria histórica

Si tomamos en cuenta los anteriores conceptos acerca de la democracia, gobierno de opinión, elecciones libres y soberanas; podemos afirmar que México, es un país democrático. Definido por la intensión de sus instituciones para elegir a los representantes del pueblo en los diferentes niveles de gobierno, a saber: gobernantes, legisladores y representantes en los diferentes niveles de gobierno. Además se acepta coloquialmente que somos democráticos por la capacidad de elegir a nuestros representantes a través de las elecciones. Pero dos factores son temas de discusión: el primero es el tema del manejo propagandístico en sentido antagonista en la campaña política de

2006 y el otro tiene que ver con el modo o estilo de gobiernos hasta nuestros días. Un poco de historia nos hará entender mejor el ideal de democracia y su contexto actual.

La historia de las elecciones en México es un tema muy controvertido, ya que ha dominado la poca transparencia en sus resultados en general, y la población se ha sentido muchas veces defraudada a lo largo de la historia del siglo XX y lo que va del XXI.

La historia nos cuenta que entre el 26 de junio y el 26 de julio de 1910 se realizaron elecciones en las que Porfirio Díaz se reelige por sexta vez consecutiva. Con ello eran casi treinta años de un gobierno que se había mantenido a base de fraudes electorales y elecciones en donde pocos votaban y la población ni se enteraba. Francisco I. Madero había fundado el *Partido Anti Reelectionista* y desde 1908 en su libro *La Sucesión Presidencial de 1910*, ya había tocado los temas del cambio del poder y de unas elecciones transparentes. “Madero, concluía que el pueblo mexicano estaba apto para la democracia. Por lo tanto le invitaba a organizarse en partidos para iniciar una auténtica vida institucional. Madero organiza así, lo que resultaba entonces un hecho insólito en la vida de México, una campaña electoral, haciéndose acompañar únicamente por su mujer y un correligionario, recorre todo el país.” (Blanquel, 1973, pp. 136-137). Más tarde, debido a su popularidad y crítica hacía el dictador es detenido y desde la cárcel observa las elecciones de 1910. Madero es liberado bajo fianza y se refugia en San Antonio Texas, donde después de los festejos del Centenario (de la Independencia), emitió un mensaje por el que declaró nulas las elecciones, desconociendo a Porfirio Díaz, exigiendo sufragio efectivo y llama a las armas el día 20 de noviembre, revelándose así contra Díaz. Sin embargo, este hecho no ocurrió hasta abril de 1911, cuando grupos maderistas tomaron algunas plazas y ciudades del país. (Blanquel, 1973, p. 138).

El 6 de noviembre de 1911, se realizan las elecciones donde Francisco I. Madero y José María Pino Suárez obtienen la presidencia y vicepresidencia del país, aunque con muchas divisiones tanto en su partido, como por parte de las fuerzas revolucionarias que los respaldaban. Ejemplo de ello, Emiliano Zapata propone su Plan de Ayala apenas Madero ocupa la presidencia. Sin embargo, el no haber desmantelado al ejército de

Díaz que se mantenía intacto, le cuesta la vida a Madero y a Pino Suárez, imponiéndose Victoriano Huerta en la presidencia con el apoyo de una vieja oligarquía. Los revolucionarios por su parte se reagruparon con Venustiano Carranza -caudillo de la revolución y de las confianzas de Madero- con el fin de restaurar el orden constitucional roto por el cuartelazo huertista. (Blanquel, 1973, p. 141). La violencia domina de nuevo en el país por varios años y Carranza logra en 1914 expulsar a Victoriano Huerta de México y queda como jefe político y militar. Adecua la Constitución de 1857 a las nuevas circunstancias. Consecuencia de ello y sometido por los constituyentes de 1917, lo coloca en la situación de elegirse presidente, el primero bajo el nuevo régimen constitucional. Así, poco antes del cambio de gobierno, Carranza proponía la necesidad de cerrar el paso al militarismo y de dar su apoyo a un candidato civil, ante esto “los revolucionarios volvieron a chocar entre si y el carrancismo fue destruido” (Blanquel, 1973, p. 144).

En 1920, una vez restablecida la paz, Álvaro Obregón –también caudillo victorioso de la revolución- es elegido presidente tras unas elecciones donde “el juego de partidos apenas embrionarios, y un remedo de campaña política, se mostraron más como una serie de buenos propósitos, que como expresiones de la realidad” (Blanquel, 1973, p. 145). El reto de Obregón en este momento es transformar al Estado en auténticamente nacionalista, con verdaderos triunfos sociales y políticos, y menos militares en el poder; iniciándose en 1921 la verdadera reconstrucción nacional con una reforma agraria que se ponía en marcha, la cual pretendía dar pie a colocar los cimientos para un posterior desarrollo de la industria en el país. Pero aún no estaba consolidada la paz y nuevos brotes de violencia se dieron, es asesinado Obregón al intentar reelegirse al tiempo que Plutarco Elías Calles ocupa la presidencia en 1924; con él funcionan con gran efectividad las directrices sociales y políticas aceptadas en el momento. Es Calles en estas condiciones, quién crea el Partido Nacional Revolucionario (PNR) en 1929, un partido de carácter oficial desde sus inicios, pero que marcará la relación pueblo-gobierno en la búsqueda de la anhelada democracia. El PNR es ya la primera forma que adopta el Partido Revolucionario Institucional, el PRI ha nacido.

Comenta Lorenzo Meyer (2007), que “el PRI nació como una respuesta imaginada y

sostenida desde un régimen en crisis –la provocada por el asesinato del último gran caudillo de la Revolución (refiriéndose a Álvaro Obregón) para concentrar el poder y manejar de manera más constructiva o menos destructiva, si se prefiere- los constantes conflictos de la heterogénea «familia revolucionaria»” (p. 77).

Apenas creado, el PNR probaría su efectividad. Pascual Ortiz Rubio contendía contra José Vasconcelos. Pascual Rubio era el candidato oficial, propuesto por Calles, tenía una personalidad mediana y un político de segundo orden, quién transfigurado por la magia del partido aparecía poderoso y dueño de un programa social y económico donde se reflejaban los problemas nacionales. Mientras Vasconcelos, hombre inteligente y de principios democráticos, su crítica eminentemente moralista, enfatizaba con acierto los elementos de corrupción del mundo oficial mexicano. Esta confrontación se decidió a favor de Pascual Rubio, quién fue apoyado claramente por obreros y campesinos. El periodo de gobierno no fue concluido por Ortiz Rubio, es suplantado por Abelardo Rodríguez bajo el poder oculto de Calles. Sin embargo, el triunfo es cuestionado, ya que “el día de las elecciones en 1929, fue evidente y gestó un patrón del que poco se han alejado las contiendas electorales cuando el gobierno siente algún peligro de perderlas” (Gómez, 1986, p.132).

Lázaro Cárdenas emprende en 1933 una campaña electoral de gran amplitud geográfica y social, no superada por nadie hasta entonces y de nuevo la maquinaria del partido oficial¹¹ operó con la eficacia ya probada, apoyado por los campesinos y obreros y sin contrincante electoral, asumió la presidencia en 1934. Su política se apoyó en estos grandes sectores sociales (campesino y obrero) a los que retribuyó a través de un gran reparto agrario y el apoyo a grandes organismos sindicales, los cuales también supo integrar a la maquinaria del Estado. También la educación se beneficia con Cárdenas, pues crea al Instituto Politécnico Nacional, teniendo como principio que fuera una escuela a la que acudieran hijos de obreros y campesinos. No reconocer a la mano tras el poder de Calles fue tal vez su principal logro, ya que esto posibilitó una abierta política

¹¹ Lázaro Cárdenas le cambió de nombre al PNR por Partido de la Revolución Mexicana (PRM) y después Adolfo Ruiz Cortínez a Partido Revolucionario Institucional (PRI), tal como lo conocemos hasta nuestros días.

de apoyo a los trabajadores y retar frontalmente a los inversionistas extranjeros, reflejándose en la expropiación petrolera y de los ferrocarriles, “confirmando con ello además, la soberanía nacional y un verdadero principio de independencia económica” (Blanquel, 1973, p. 152).

Poco antes de terminar el período de Cárdenas, en el año de 1939, se funda el Partido Acción Nacional (PAN) en el contexto de contrarrestar las “medidas populistas y comunistas” adoptadas por el presidente Lázaro Cárdenas en relación a la expropiación petrolera y sus efectos económicos y sociales. Los grupos conservadores del país tratan de contrarrestar con este partido el avance de tales ideas y de recuperar los espacios económicos perdidos. Así, en 1940 contendieron Manuel Ávila Camacho por parte del partido oficial, y Juan Andrew Almazán, por Acción Nacional, partido apoyado por una derecha que no se resignaba a perder ningún espacio y en alianza con los inversionistas extranjeros. “La campaña política fue particularmente activa y aún cruenta, tanto que llegó a temerse una guerra civil... la oposición ensayó todos los recursos. Desde la amenaza de invasión extranjera para liquidar el peligroso ensayo comunista en México, hasta el intento de rebelión, pasando por la organización de verdaderos partidos políticos” (Blanquel, 1973, p. 152). Pero de nuevo el partido oficial es el ganador utilizando todos los instrumentos políticos desarrollados hasta ahora, incluyendo el fraude electoral. A pesar del gran impulso que da Cárdenas a las organizaciones civiles, mismas que adhiere al partido y que resultan en una gran votación de estas en las elecciones, la maquinaria fraudulenta se acciona de manera desproporcionada a la violencia que se dio en el proceso “lo cual indicaría un fraude descomunal o totalmente inútil” (Gómez, 1986, p. 132), ya que la mayoría de la votación, sin lugar a dudas, fue a favor de Ávila Camacho¹².

Una vez ganada la presidencia por el PRM, no fue necesario cumplir amenaza alguna por el partido opositor, pues Ávila Camacho se distinguió por abrir las puertas al capital extranjero y apoyar aún más su vínculo con el capital nacional, poniendo en un plano

¹² En esta elección Ávila Camacho obtiene 2 millones 476 mil, 641 votos (93.89%), mientras Almazán 151 mil 105 votos (5.72%). Gómez, T. S. 1999.

secundario los logros sociales alcanzados en el sexenio anterior.

De cualquier modo, el partido oficial consiguió sin problemas hacia el final, colocar a Miguel Alemán en la presidencia en 1946, quién consolidaría el apoyo a los industriales nacionales y extranjeros e impulsó un crecimiento económico del país a través de esta vía. Comenta Meyer (2007) que “para Miguel Alemán lo sustantivo fue inclinar el peso del gobierno en apoyo al gran capital para modernizar al país y para hacer negocios personales” (p. 22)¹³. Pero en ese momento, de crecimiento económico vino también el freno a la reforma agraria y los instrumentos legales que la garantizaban fueron eliminados, los movimientos obreros se reprimieron y se uso entonces la política de corrupción de sus líderes para acallar y aquietar a los movimientos, que ahora sentían el retroceso de las políticas del Estado. Ello dio en la necesidad de reorganizar al partido oficial, debilitar las bases de apoyo popular creadas durante el cardenismo, y posibilitar el crecimiento de los grandes capitales. El gobierno de Miguel Alemán es de suma importancia en el desarrollo de la democracia , ya que en su periodo presidencial Emilio Azcárraga es apoyado fuertemente por el presidente Alemán para fundar en 1952 uno de los consorcios más lucrativos desde entonces, Telesistema Mexicano, el cual demostró desde su inicio su fuerte influencia en la población. Miguel Alemán Velasco, hijo del ex presidente, se hizo socio de la empresa Televisa en 1962. (Sánchez, 1991), lo cual muestra la cercanía del poder político a esta empresa desde su origen.

Al final del período de Alemán surge otro importante y controvertido opositor que buscará la presidencia del país, Miguel Henríquez Guzmán, que aglutino a los disidentes de los gobiernos de Alemán y Ávila Camacho. Militar que había trabajado su candidatura desde el PRM en 1943 sin éxito, en 1950 se dedicó a presionar desde dentro del mismo PRI, activando una organización que ya había creado tiempo atrás, la Federación de Partidos del Pueblo Mexicano (FPPM) y desde ahí se lanzo a la campaña como opositor a Adolfo Ruiz Cortines. Comenta Meyer (2007, p. 88), que la “FPPM buscó competir con el PRI desde su propio campo: el ejército y las organizaciones obrero

¹³ Este último aspecto tendrá gran relevancia a en la cultura política en tiempos posteriores, ya que marca uno de los estilos de gobierno que sin duda a reducido credibilidad a la población de sus gobiernos.

campesinas.” Este desafío llegó más allá de lo electoral y desembocó en una verdadera movilización social, misma que el gobierno obstaculizó de manera sistemática y violenta (Servín, 2001). A lo largo de la campaña electoral, la propuesta política del “henriquismo” repitió en lograr un modelo de desarrollo nacionalista que defendiera la soberanía sobre los recursos naturales y protegiera a los capitales nacionales frente a los embates de la inversión extranjera (impulsados durante el periodo de Ávila Camacho y Miguel Alemán y acusándolos de dar la espalda a los principios de la Revolución de 1910). Enfatizó también la necesidad de reanudar los repartos agrarios y de apoyar a los ejidatarios y a los pequeños productores con créditos, obras y programas de irrigación. Los henriquistas exigieron igualmente la democratización de los mecanismos de ejercicio del poder, abriendo la competencia política. (Servín, 2001).

Durante la campaña electoral, tanto el gobierno como los partidos políticos exhortaron a la población a la participación y ejercieran sus derechos ciudadanos. Pero pese a las promesas gubernamentales de imparcialidad, el seis de julio de 1952 reaparecieron las añejas costumbres fraudulentas, sobre todo en las zonas con mayor presencia henriquista, (Servin, 2001, p. 14) dejando cómo ganador a Ruiz Cortínez y al poco tiempo reprimiendo a los miembros del FPPM y retirándole su registro.

De 1952 en adelante, prácticamente la oposición desapareció al punto que el mismo gobierno decidió impulsar la participación electoral, nos dice Gómez (1986) que debido a esto, se hicieron las reformas pertinentes en “1962, con la modalidad de «diputados de partido» La reforma consistió en dar derecho a los partidos minoritarios a tener diputados a razón de cinco para los partidos que alcanzaran el 2.5% de la votación nacional, y un diputado más por cada 0.5 de votación adicional hasta llegar a 20 diputados”. (p. 133).

Debe señalarse que en este período histórico de México varios acontecimientos son decisivos para interpretar y tratar de comprender muchos de los sucesos y decisiones políticas del gobierno mexicano. Los años de crecimiento económico a partir del gobierno de Cárdenas se lograron en base a un fuerte impulso a la industrialización del país, lo que atrajo grandes sectores de la población rural hacia las grandes ciudades, y con

ello el crecimiento urbano se delineaba como una alternativa viable y necesaria. “Entre 1930 y 1970 la población mexicana en general creció a tasas muy altas, pero en las ciudades aumentó a un ritmo mucho mayor” (Aboites, 2008, p. 502). Pero los gobiernos seguían teniendo un espíritu nacionalista cómo lo mostró en 1960, Adolfo López Mateos al nacionalizar la industria eléctrica en el país. Sin embargo, durante este mismo período la distribución de la riqueza ya mostraba signos de inequidad, el 50% de la riqueza nacional estaba en manos de únicamente el 10% de la población. Esta desigualdad se tradujo a protestas. “En 1959 una gran huelga ferrocarrilera fue reprimida por el ejército; varios de sus dirigentes, entre ellos Demetrio Vallejo, fueron a dar a la cárcel acusados del delito de disolución social y ahí permanecieron durante años.” (Aboites, 2008, p. 507).

En el contexto internacional, la Segunda Guerra Mundial dejó al mundo dividido en dos grandes bloques, uno el del mundo capitalista encabezado por Estados Unidos de Norteamérica (EEUU) y el otro, el del mundo comunista liderado por la Unión de Repúblicas Socialistas (URSS). Estas grandes potencias dejaron sentir su influencia en el mundo de diversos modos, pero sobre todo en el ámbito económico y político. Un efecto adicional fue la llamada *Guerra Fría*, en la que estas superpotencias, además de competir en los diversos terrenos científicos y armamentistas, dejaron sentir al mundo la posibilidad de un desastre nuclear ante una posible confrontación armada. La otra parte de la *Guerra Fría* se desarrollo en el terreno de la propaganda, o como diría Chomsky (1990) “como *elaboración ideológica*, donde EEUU *defensor de la libertad y la democracia* emplazó a través de todos los medios posibles, una doctrina en la que el ataque a la URSS y al comunismo era un tema de seguridad nacional y prioritario, debido a sus fines *malignos* contra la humanidad, además de atentar contra el beneficio privado, que es orgullosamente denominado *Libre empresa*.” (p.36). Regresaremos a este tema más adelante, por lo pronto se puede percibir que el bloque de los EEUU, el cual considera a México y América Latina como pertenecientes a él, accederá a las políticas económicas que demande necesarias para actuar y construir el mundo de libertad y democracia requerido. De este modo, las actuaciones de los ferrocarrileros, y más tarde los estudiantes e intelectuales del movimiento del 68 y muchos otros movimientos sociales que buscan mejoras en lo social, estará justificada el uso de la violencia del Estado contra

de ellos por “impulsar al comunismo”. Queda claro así, que los movimientos que estén identificados con las causas de la sociedad, del pueblo o de los pobres, están inscritas en las ideas del comunismo marxista y se han denominado de izquierda, por estar en el lado “erróneo” es decir, en el lado equivocado, opuesto a los valores de los de la derecha que además de ser los valores “correctos, rectos”, están sustentados en la defensa de la propiedad privada y la libre empresa, es decir, “la libertad”.

Debe señalarse la existencia del Partido Comunista Mexicano (PCM), que a pesar de ser creado desde 1919, no se le permitió participar en las elecciones sino hasta 1979 (a partir de las reformas políticas de 1977), estando presente como una vanguardia radical de izquierda, la cual desde su clandestinidad aspiraba a impulsar cambios en la estructura de gobierno e impulsaba movimientos sociales en contra del capitalismo. Sin embargo, el Estado desató en varias ocasiones pesquisas en contra de sus miembros, tal es el caso del movimiento del 68, donde muchos de los intelectuales militantes en él fueron acecinados o apresados por varios años.

En las elecciones de 1976, el candidato a la presidencia por el PRI, José López Portillo no tuvo contrincante alguno y en el año de 1977, el Estado democrático mexicano entra en una profunda crisis debido a: 1) porque la posibilidad de fraude anula la libertad del voto, la libertad de elector se ve afectada. 2) Porque en los hechos, los partidos políticos han sido poco importantes frente al partido oficial, donde se anula el principio de competitividad, y 3) Por que las diferentes fuerzas sociales negocian sus intereses fuera del proceso electoral, sólo se refrendan las decisiones tomadas por los grupos más poderosos (Gómez, 1986, p. 134). Ya para el año de 1976 los indicadores de que el sistema político no cumplía con las funciones de refrendar las decisiones de la burocracia política, eran más que evidentes. “La ausencia de oposición y el abstencionismo eran la expresión pasiva del repudio popular a un sistema inoperante: esto, aunado a una crisis económica que ponía en peligro el pacto social que había sustentado al Estado, motivó la búsqueda de cambios más profundos y generales...” (Gómez, 1986, p. 135). La reforma incluye cambios en el sistema electoral inaugurándose la modalidad de registro condicionado para los partidos que quisieran participar si obtienen el registro alcanzando el 1.5% de la votación total. Así también, los partidos minoritarios tienen

derecho a obtener diputados por el principio de representación proporcional. De este modo la reforma política de 1977 amplió la competencia política al posibilitar a partidos como al PCM o PDM¹⁴, y de nuevas organizaciones políticas como el PST, PRT, PMT, PSUM y más reciente mente del PRD, que ha ganado enormes espacios políticos en el país.

Gómez (1986, p. 152), señala que las elecciones de 1979, 1982 y 1985 fueron totalmente fraudulentas a favor del partido oficial, “el día mismo de la elección, fue, en todos los años el momento más conflictivo en todo el proceso. Las practicas tendientes a distorsionar el resultado de la elección para favorecer al PRI, de las que se quejaron los demás partidos, fueron muy variadas...” prácticas que en ocasiones serían innecesarias ya que por una parte, el abstencionismo es muy grande y, el corporativismo es contundente, a pesar de las crisis políticas, para apoyar al partido oficial y su voto lo ejerce bajo la tutela de los grandes sindicatos y organizaciones partidistas como lo son el de sindicato de PEMEX, la CTM, la CROC, la CNC, etc.

Al triunfo del PRI en 1982, con Miguel de la Madrid Hurtado en la presidencia, el partido oficial cambia de esquema político de manera radical, nombrando al secretario de Programación y Presupuesto del gobierno anterior como candidato a la presidencia, en vez de hacerlo a la manera tradicional, es decir, por el secretario de Gobernación. Este giro significa sin duda, el cambio de las políticas económicas del país y la forma de ejercer un nuevo poder del Estado, el cual se reflejará en las subsecuentes crisis económicas y devaluaciones, concretándose en una nueva forma de gobernar que persiste hasta nuestros días a pesar de los relativos cambios de partido en el poder. Los antecedentes de estos cambios de política los encontramos en el asenso al poder de Margaret Thatcher como primera ministra de Gran Bretaña en 1979 y de Ronald Reagan en la presidencia de Estados Unidos, quienes consideran necesario, ante la reciente crisis económica mundial de 1973 “Reducir el gasto público y afianzar la actividad de la em-

¹⁴ Partido Demócrata Mexicano, brazo electoral de la Unión Nacional Sinarquista y de ideología democrata-cristiana de derecha. Formalmente participó en las elecciones nacionales en el período 1979 a 1997, año en que perdió su registro por no alcanzar el 1.5% para mantenerlo. Sus antecedentes se remontan a la época de la guerra cristera en 1926 a través del Movimiento Sinarquista.

presa privada... ya que los males de la economía residían, al final de cuentas, en un gasto público excesivo. La aplicación de estas políticas en México generó una inflación de casi 160% en el gobierno de Miguel de la Madrid, no sin antes disminuir el gasto social en una tercera parte con referencia al gobierno anterior y se inició la venta de numerosas empresas paraestatales, los salarios cayeron de manera vertiginosa y creció el desempleo y la emigración ilegal hacia los EEUU. Así, en 1987, con un ambiente político adverso, dio inicio la campaña presidencial de 1988 teniendo como candidato oficial a Carlos Salinas". (Aboites, 2008, p. 522).

Pero el ambiente político del país ya no era el mismo, "Cuahutémoc Cárdenas, hijo del ex presidente Lázaro Cárdenas y destacado político hasta entonces en las filas del PRI y ex gobernador de Michoacán, forma la Corriente Democrática. Esta a su vez atrajo a otras agrupaciones que luego fundaron el Frente Democrático Nacional." (Aboites, 2008, p. 527). Por parte del PAN el candidato, Manuel Clouthier era su apuesta, proveniente de los grupos empresariales distantes al PRI.

De nuevo, toda la maquinaria del Estado se echó a andar. El fraude electoral de 1988 es ampliamente reconocido y recordado por la "caída del sistema" del cómputo de votos, falla que no impidió que el entonces secretario de Gobernación y autoridad electoral Manuel Bartlett Díaz declarara el triunfo de Carlos Salinas de Gortari, quien asumió el poder con dudas del pueblo acerca de su legitimidad. Ya desde entonces la intervención de los medios, en particular la televisión, es ampliamente conocida y "Salinas lo utiliza de una manera ejemplar dando un fuerte golpe mediático en enero de 1989: mediante un despliegue policiaco y militar se capturó al poderoso líder de los trabajadores petroleros Joaquín Hernández Galicia, apodado La Quina" (Aboites, 2008, p. 528). Sus efectos se dejaron sentir y la población redujo las protestas y se dejaba entrever el modo autoritario del nuevo presidente. Pero los aspectos más fuertes de la política de Salinas fue la continuación de la reducción del gasto público y ahora de una manera más severa, se continuó la venta de paraestatales como Teléfonos de México y la cadena nacional de televisión Imevisión (Instituto Mexicano de Televisión), que en ese momento eran grandes negocios del Estado y no representaban cargas económicas para este. Del mismo modo se firmó con Estados Unidos y Canadá el Tratado de de

Libre Comercio, del cual se decía posibilitaría el crecimiento económico ya que permitiría la modernización del campo y la industria del país. La televisión comercial se encargó de difundir las bondades del TLC, mientras otra ley, la de “Fomento Agropecuario” se encargó de regular y privatizar al campo conforme al nuevo esquema.

Dice Jiménez (2002), que “el objetivo de la política aplicada para la desaparición de la propiedad social, es provocar la concentración de la tierra en manos del capital privado. La nueva ley agraria abre el camino a la conformación de verdaderos latifundios por acciones que podrían acaparar, la totalidad de las tierras agrícolas...” (p. 50). Para ello, fue necesario modificar el artículo 27 Constitucional por exigencia del Banco Mundial, posibilitando la ampliación del mercado de las tierras agrícolas y la inversión privada (nacional y extranjera) en el campo mexicano, esta fue una de las condiciones para ingresar al TLCAN y fueron las condiciones desde en 1987, para que en 1994 entrara plenamente en vigor¹⁵.

Uno de los aspectos más trascendentes del período histórico al que hemos hecho referencia, es *el agro*. La tierra, en la etapa revolucionaria constituye una de las grandes causas de lucha social por un gran sector de población, debido a que la mayoría de la tierra del país era habitada por población que trabajaba en y del campo, y esta tierra se encontraba en posesión de pocos terratenientes. Ello hacía que los principales productos de la riqueza nacional fueran en ese momento los derivados del campo: maíz, frijol, algodón, caña de azúcar, en lo agrícola; y por otro lado las carnes y subproductos de bovinos, ovinos, caprinos, aves y en menor escala la pesca, pero estaban en propiedad de pocas manos. La alimentación nacional dependía en gran parte de estos productos. El reparto agrario efectuado por Lázaro Cárdenas es tal vez, el más representativo en este renglón, ya que hizo posible una gran redistribución de la propiedad de la tierra y así vemos que todavía hasta el sexenio de López Portillo se considera a la “autosuficiencia alimentaria” como un valor esencial. En cambio, la Ley de Fomento agropecuario tiene como finalidad terminar con la propiedad social de la tierra a través del ejido y

¹⁵ Dr. Aguilar Xavier. “El Sector agropecuario” En Arroyo Picard Alberto, Resultados del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en México, Ed. RMALC, México 2001. Capítulo IX pág. 96. Citado por Jiménez, 2002, p. 50.

la propiedad comunal, y con ello, disolver la organización de los campesinos a través de los vínculos sociales y los apoyos gubernamentales. (Jiménez, 2002, p. 50). De este modo, la privatización no únicamente se da en el sector gubernamental, sino en el campo a través del TLCLAN, trayendo consigo las consecuencias de un gran desempleo y migración de los pobladores del campo hacia las ciudades y los Estados Unidos.

En el año de 1989, surge el Partido de la Revolución Democrática (PRD) donde figuras como Cuauhtémoc Cárdenas, Porfirio Muñoz Ledo, Heberto Castillo, Ifigenia Martínez, y Andrés Manuel López Obrador, entre muchos otros, de diversas orientaciones de izquierda, se alían para conformar este partido.

En el contexto internacional de esta etapa de México “Entre 1989 y 1991 el Muro de Berlín, el bloque de países socialistas europeos y la Unión Soviética desaparecieron. Estos acontecimientos reforzaron las posturas económicas estadounidenses y británicas que buscaban la disminución del gasto público y la liberación del mercado mundial, lo que se conoce popularmente como “neoliberalismo” (Aboites, 2008, p. 528).

El año de 1994, el último año de Salinas en la presidencia, fue un año lleno de acontecimientos inesperados, el primero de ellos fue la rebelión del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas. El primer día de este año. “La guerra duró apenas once días, pero su impacto fue extraordinario. A un paso del Primer Mundo surgía la voz que reclamaban una combinación de demandas sociales (servicios de salud y educación) con demandas políticas referidas a fortalecer los derechos indios en el país” (Aboites 2008, p. 530). Se acercaba el cambio de gobierno y Luis Donald Colosio, que se desempeñó durante el gobierno de Salinas como secretario de Desarrollo Social, es nombrado candidato oficial por el PRI. Sin embargo, en marzo de ese año fue asesinado en plena campaña política a la presidencia. “Lo sucede el nuevo candidato priista Ernesto Zedillo, el cual ganó sin problemas las elecciones de julio de 1994. El crimen político se repitió en septiembre cuando un alto dirigente del PRI, José Francisco Ruiz Massieu, fue asesinado.” (Aboites, 2008, p. 529). Poco después, en diciembre, una devaluación del peso de casi 100% sorprendió a los mexicanos. Las tasas de interés se

dispararon aumentándose los deudores a la banca y la imposibilidad de pago de los créditos hipotecarios ante su elevado interés, hizo que muchas familias perdieran sus hogares. El desempleo aumentó y los salarios se rezagaron. Pero, “con la ayuda financiera de Estados Unidos el gobierno del presidente Zedillo sorteó el vendaval y logró que el año siguiente, en buena medida por el alza de los precios del petróleo, se recuperara el crecimiento económico. Pero hubo que aceptar una factura enorme: el gobierno se comprometió a asumir los pasivos (los préstamos incobrables) de los bancos –algunos de muy dudosa legalidad- por medio del Fondo Bancario de Protección al Ahorro, mejor conocido como *FOBAPROA*. (Aboites, 2008, p. 529). Respecto a este punto, en 1998, Andrés Manuel López Obrador, entonces dirigente nacional del PRD sostuvo un fuerte debate con Felipe Calderón Hinojosa, entonces dirigente nacional del PAN. Transmitido por radio en el noticiero Monitor a las 8 de la mañana del 27 de octubre de 1998, (La jornada 28 de octubre de 1998), ambos dirigentes defendieron sus posturas sobre el tema. López Obrador señala la alianza del PAN con el PRI para este proyecto donde se endeudará a la nación por salvar a la banca privada, y les llamó desde entonces “ladrones de cuello blanco” a los banqueros y empresarios beneficiados, mientras Calderón señala que López Obrador no tiene una postura abierta para entender el problema. Resulta interesante este antecedente ya que a casi ocho años después ambos se enfrentarán por la presidencia.¹⁶

El periodo de Ernesto Zedillo es de vital importancia para México ya que es uno de los más críticos para la economía y cambio de rumbo político. Se suma a esto que la migración hacia Estados Unidos aumentó como nunca antes. “En 1997 se estimaba que cerca de nueve millones de mexicanos, casi todos en sus mejores años productivos, residían en Estados Unidos. Esos migrantes se convirtieron en una fuente de divisas de insospechada magnitud: alrededor de 6 000 millones de dólares en 1997, poco más que los ingresos por turismo. En los años siguientes las remesas aumentaron hasta llegar a 13 000 millones de dólares en 2003, sólo por debajo de la exportación petrolera, pero más que la inversión extranjera y que el turismo” (Aboites, 2008, p. 531).

¹⁶ Andrés Manuel López Obrador escribió el libro *FOBAPROA-Expediente Abierto*. México, Porrúa, 1999.

Así, las elecciones de 2000 fueron realmente competidas y vigiladas. Y ya no le fue permitido al PRI echar mano de la represión y el fraude pasado, y perdió la elección. (Meyer, 2007, p 81). Fox a través del PAN asciende a la presidencia en una elección muy nutrida y sin dudas de fraude, la población espera de este cambio de partido en el poder un cambio sustantivo en la economía, la seguridad, el empleo, pero no sucede así. Por el contrario, las prácticas de corrupción gubernamental se mantienen y observamos un sexenio lleno de excesos y lujos en la clase gobernante y la llamada alternancia democrática quedó en tela de juicio.

Para 2006 las cosas fueron muy diferentes, pues Andrés Manuel López Obrador, se perfilaba como un excelente candidato de la izquierda a la presidencia, con muchas posibilidades de ganar. Meyer nos comenta que “Vicente Fox en una unión abierta y explícita con el PRI, intentó en 2004 anular esa candidatura, mediante el desafuero del entonces jefe de Gobierno del Distrito Federal. Cuando una gran movilización social hizo fracasar ese intento, entonces se usó todo el poder de la Presidencia para desacreditar al personaje” (Meyer, 2007, p. 17).

Fox tuvo todas las herramientas para mejorar de raíz al sistema democrático, él mismo llegó por una amplia mayoría que le confió su voto y todo mundo imaginó que el cambio era posible. El 27 de abril de 2004 Fox afirmó “fortalecer nuestra naciente democracia es la más alta responsabilidad que nos exige la realidad política”. Dice Lorenzo Meyer (2007) respecto a esta declaración que “Si esa hubiera sido su convicción, entonces ¿para que embarcar por meses a toda la maquinaria del Estado en un intento para reducir la elección de 2006 a una contienda entre el PRI y el PAN”. (p. 110).

Y en efecto, fue el inicio de una serie de movilizaciones populares de respaldo a López Obrador el cual en ese momento aventajaba todas las apuestas para ser el próximo presidente. Así, en el año 2005 fue creciendo el respaldo popular a López Obrador, que salía a las calles aún antes de los tiempos oficiales de campaña, la cual se desencadenó en una respuesta del PAN de lo más agresiva, caracterizada por sus ataques mediáticos. Las campañas políticas subieron en general de tono sin que el IFE hiciera algo. Y las elecciones fueron nutridas y muy divididas, con resultados preliminares muy

discutidos y haciendo difícil una decisión oficial. El miércoles 5 de julio dio inicio el conteo oficial de actas de los 300 Consejos Distritales del IFE, el cual duró más de 30 horas. El IFE declaró que los votos eran contabilizados conforme eran reportados por los Consejos Distritales, y que no marcaban una tendencia definida por lo que podrían ocurrir cambios abruptos en cualquier momento. Al comienzo del conteo López Obrador inició a la cabeza, seguido por Felipe Calderón, con una diferencia de 2,59% al llevar el 25% de actas computadas, minutos después se daría un apagón general en las pantallas LCD que mostraban los resultados del sistema de cómputo sólo por espacio de 5 segundos. De acuerdo con el IFE, esto se debió a que se contabilizaron primero los estados en los que el PRD tenía ventaja sobre el PAN. Conforme avanzó el proceso esta diferencia se fue reduciendo sistemáticamente. Todo ello fue seguido en televisión y transmitido al público nacional por Televisa, y por la noche Joaquín López Dóriga se encargaría de dar la respuesta oficial en sus graficas electrónicas: El jueves 6 de julio a las 3:56 horas con un 97,70% de las casillas computadas, López Obrador pasó al segundo lugar, siendo aventajado por Felipe Calderón. El conteo concluyó a las 15:20 horas con el 35,89% de los votos para Felipe Calderón, y el 35,31% para López Obrador, con una diferencia de 0,58%, el presidente del IFE, Luís Carlos Ugalde, declaró ganador a Felipe Calderón.¹⁷

La respuesta de los simpatizantes de López Obrador no se hizo esperar, y miles de personas de diversas partes del país tomaron las calles del centro de la ciudad de México, exigiendo un nuevo conteo al clamor “voto por voto, casilla por casilla”. Muchas personas, no únicamente las que se manifestaban en las calles, mostraban su desconfianza de los resultados electorales y de la manera en que el IFE había actuado. El 6 de septiembre, el Tribunal Electoral determinó que la diferencia de sufragios entre Calderón y López Obrador disminuyó pero sólo al 0.56%, esto tras ordenar un recuento parcial y anular los resultados de sólo 705 urnas¹⁸. El 20 de noviembre de 2006, Andrés Manuel López Obrador es proclamado por sus simpatizantes “Presidente legítimo de México”, ante una plaza mayor de la ciudad de México, abarrotada. El 15 de septiembre de 2006 es levantado el plantón del centro de la capital. Pero la sensación de que se dio un fraude persiste en el ánimo de mucha de la población, aún hoy en el país.

¹⁷ Tomado de varias notas del diario La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx/2006/07/06/>

¹⁸ <http://www.jornada.unam.mx/2006/09/06/index.php?section=politica&article=003n2pol>

7. Método

7.1 Planteamiento del problema

Dentro del marco teórico mostrado, se considera importante hacer una investigación para tratar de comprender que es lo que una parte de la población percibió y recuerda a fines de 2011, independientemente de sus posturas partidarias. El estudio aborda el análisis de spots, el acuerdo y desacuerdo hacia los medios de comunicación y las campañas difundidas, hacia las instituciones electorales y otros recuerdos asociados al proceso electoral de 2006 que nos indican al paso del tiempo, las construcciones en torno a la opinión, actitudes y memoria social que mantiene la sociedad en 2011, cuando es aplicado por última vez el instrumento.

7.2 Justificación

A partir de esta visión es que elaboraremos un modelo esperado de democracia, un modelo ideal que existe en la población que manifestó sus puntos de vista en el tema y con referencia a estas elecciones.

7.3 Instrumento

Se utilizó el instrumento *“Memoria y Olvido Colectivo de las Elecciones Presidenciales de 2006”* (Ortiz, 2008) referido y usado también en la investigación de Muñoz (2010), quién aplicó por primera vez en 2006 para evaluar el impacto de la prensa escrita y medios electrónicos (Anexo 1).

El instrumento consta de varias secciones de preguntas y escalas que hacen referencia al proceso electoral de 2006 construido para “conocer la influencia que tiene la prensa como agente socializador en la opinión de los votantes que forman parte de un proceso electoral. Y estimar el impacto que tuvieron los spots y campañas electorales en la memoria de los votantes.” (Muñoz, 2010, p. 149). En el presente estudio se hizo una selección de sólo aquellos ítems que proporcionaran información sobre los temas de in-

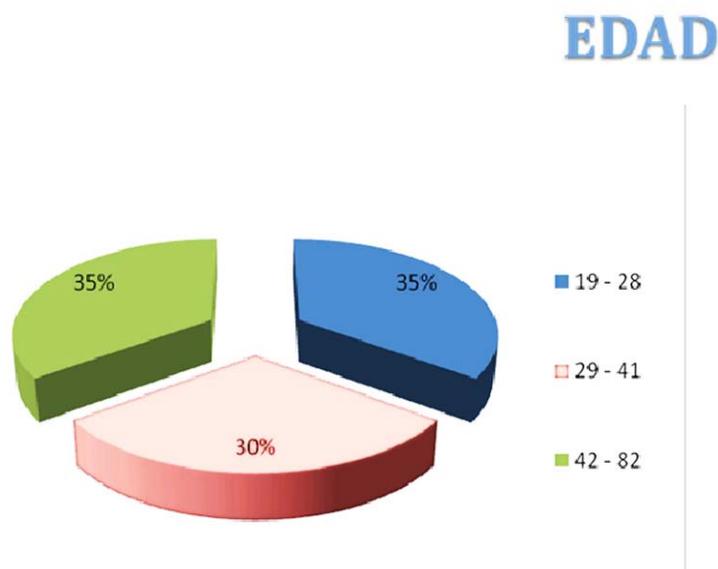
terés de esta investigación, comparando algunos de estos datos con la primera aplicación de Muñoz (2010) para medir el impacto del tiempo en los recuerdos. Los ítems de mayor utilidad para este estudio fueron los correspondientes a las preguntas abiertas, por ser en la que hay mayor libertad de expresar juicios, valores, opiniones y sobre todo, recuerdos.

Por otro lado, se agregó una escala adicional (Anexo 2) en la que se valora el papel desempeñado por el candidato electo en 2006 y algunas de las expectativas de los participantes respecto al proceso electoral de 2012 que se avecinaba. Dicho análisis no está incluido en el presente trabajo, debido a que la creación de esta nueva sección surgió durante la investigación, imposibilitando la comparación con aplicaciones previas. Sin embargo se espera continuar con el trabajo y publicar posteriormente.

7.4 Participantes

Se utilizó un muestreo no probabilística accidental o “por conveniencia”, ya que se desconocía la probabilidad específica que tiene cualquier miembro en particular de ser elegido (Cozby, 2001). La muestra estuvo conformada por 798 personas que radicaban en la Ciudad de México, Distrito Federal; de los cuales 379 (47.5%) fueron hombres y 419 (52%) fueron mujeres, con un rango de edad de entre 19 y 82 años, distribuyéndose de la siguiente forma:

GRÁFICA 1



La distribución de sexo por rango de edad se muestra en la siguiente tabla:

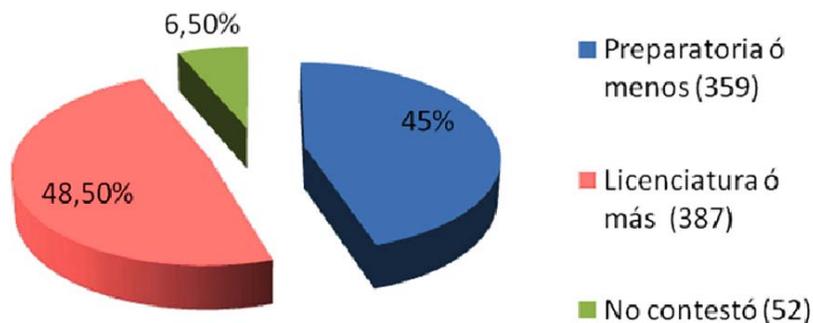
TABLA 1
DISTRIBUCIÓN DE RANGO DE EDADES POR SEXO

RANGO DE EDADES	SEXO	
	MASCULINO	FEMENINO
19 – 28 años	48%	52%
29 – 41 años	45%	55%
42 – 82 años	49%	51%
TOTALES	48%	52%

La escolaridad de la muestra (gráfica 2) fue la siguiente: el 45% respondió tener estudios de preparatoria o menos, el 48.5% dijo tener estudios académicos a nivel licenciatura o más y el 6.5% no respondió:

GRÁFICA 2

ESCOLARIDAD



Las escolaridades de la muestra, distribuidas por sexo, son las siguientes:

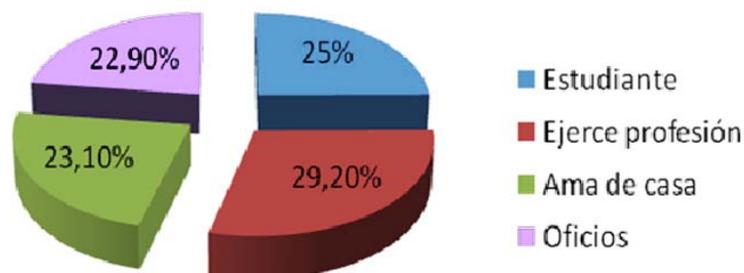
TABLA 2

NIVEL DE ESTUDIOS	SEXO	
	MASCULINO (%)	FEMENINO (%)
Preparatoria o menos	45.33	54.66
Licenciatura o más	50.20	48.00

Las principales ocupaciones de los participantes se detallan de la siguiente gráfica:

GRÁFICA 3

OCUPACIÓN



7.5 Mediciones

Las aplicaciones que se realizaron se efectuaron a través de 2 periodos, uno en 2010 y otro durante 2011, y al no encontrar diferencias significativas entre los resultados de ambas, se unificó la muestra, que para fines prácticos le llamaremos “*aplicación de 2011*”. La última aplicación fue realizada entre los meses de julio y octubre de 2011, de tal manera que no influyera sobre la población, la campaña electoral cercana de 2012.

Para el análisis de las respuestas del instrumento empleado, se elaboraron categorías (Anexo 3), las cuales fueron creadas a partir de las respuestas de los participantes.

Todos los datos fueron capturados y revisados eliminando los de información ambigua o no específica, posteriormente se obtuvieron varios tipos de valores, entre los que destacan medias y porcentajes. El motivo de usar estos valores estadísticos fue el facilitar comparaciones con los datos obtenidos de la aplicación de 2006, donde se usó esta medición.

8. Resultados

La primera y última parte de los resultados aquí mostrados son una comparación de los resultados obtenidos en 2011, con la aplicación de 2006. Y otra sección contiene únicamente los resultados obtenidos durante la aplicación de 2011.

Tabla 3
Porcentajes de la sección 1

Nombre recordado correctamente de los candidatos de los partidos en la contienda por la Presidencia en el 2006.

	<i>PRD</i>	<i>PRI</i>	<i>PAN</i>	<i>PASDC</i>	<i>PT</i>	<i>CONVERGENCIA</i>	<i>PVEM</i>	<i>PANAL</i>
APLICACIÓN 2006	98.7%	92.6%	98.4%	27.1%	18.3	17.1	19.8	22.2
APLICACIÓN 2011	96.4	79.6	96.6	11.2	11.4	14.7	10.8	6.1
DIFERENCIA	-2.3%	-13.0%	-1.8%	-15.9	-7.9	-2.4	-9.0	-16.1

Los datos muestran un claro recuerdo de los dos principales candidatos de los partidos contendientes en el 2006, Andrés Manuel López Obrador y Felipe Calderón Hinojosa manteniéndose de manera muy parecida hasta el 2011.

La siguiente sección del instrumento contiene tres preguntas abiertas en las que se dejaba en total libertad de responder a ellas, estos son sus resultados comparativos de acuerdo a las dos aplicaciones mostradas aquí: la de 2006 y la de 2011.

La primera pregunta fue: ¿Qué recuerda del proceso electoral de 2006?. Las categorías resultantes se muestran en la tabla 4.

Tabla 4

CATEGORÍAS	Porcentaje	Porcentaje	Diferencia
	2006	2011	
Fraude y controversias	34.25	45.9	+11.65
Guerra y división de partidos	13.85	10.5	-3.35
Propaganda y publicidad	9.86	10.9	+1.04
Manifestaciones (Plantones y marchas)	8.53	3.4	-5.13
AMLO	2.08	7.3	+5.22
Mentiras	2.84	4.3	+1.46
Victoria de Calderón	1.99	2.1	+0.11
Medios y cobertura mediática	3.22	1.6	-1.62
Polarización de los votantes	2.65	1.4	-1.25
Participación ciudadana		.5	-
Intromisiones	1.32	.3	-1.02
IFE y TRIFE	5.88	.4	-5.48
Polarización de votantes	0.75	No hay respuesta	-
Fox	1.5	No hay respuesta	-
No contesto	3.	11.4	+8.4
Total	100	100.0	-

Comparación de las respuestas de 2006 y 2011 con relación al recuerdo de las elecciones de 2006.

Como se observa, las mismas primeras tres categorías más recordadas en 2006, son las más recordadas también en 2011, y aún más en *Fraude y Controversias* que aumenta de valor hasta un 11.6 %, y en menor proporción la categoría *Propaganda y Publicidad*, en ese mismo sentido, la categoría *Manifestaciones (Plantones y marchas)* decreció de manera importante, no así con la categoría *AMLO*, que también aumentó significativamente a un 5.22 % más que en 2006. Las otras categorías se mantuvieron con poca diferencia entre las dos aplicaciones del instrumento, a excepción de *IFE y TRIFE*, que descendió a un menos 5.48 % en esta primera percepción. Las categorías de esta tabla y hasta la tabla 4 son las mismas utilizadas por Muñoz (2010).

La segunda pregunta fue: ¿Cual es el spot que más recuerda de las elecciones de 2006?, la cual tiene gran importancia para nuestra investigación, ya que nos remite directamente al hecho de que se mantienen recuerdos precisos del contenido de los spots difundidos en la campaña de 2006 que impactaron en la memoria de la población hasta nuestros días y de aquí se parte para profundizar su análisis de forma amplia en la discusión.

En la tabla 5 mostramos la comparación de este recuerdo con la aplicación de 2006:

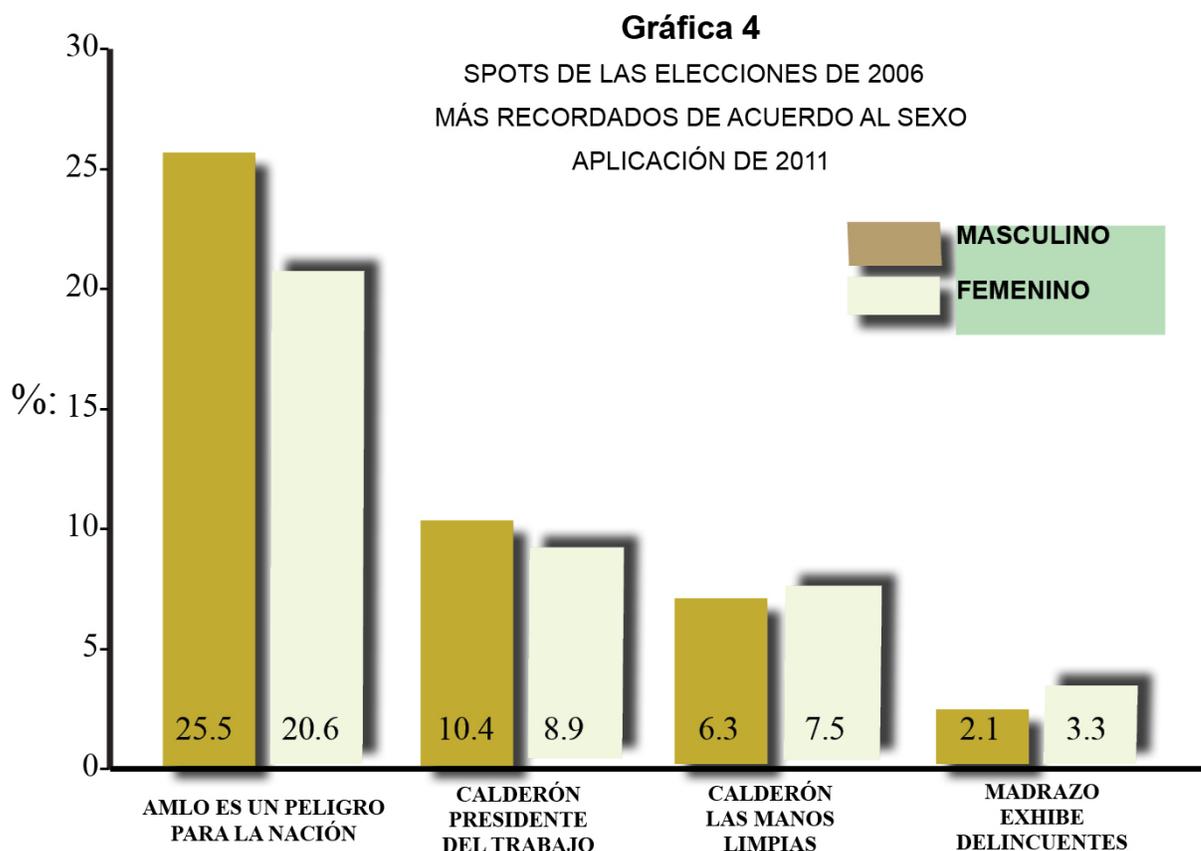
Tabla 5

Spots más recordados en 2006 y 2011

<i>CATEGORÍA</i>	<i>PORCENTAJE 2006</i>	<i>PORCENTAJE 2011</i>	<i>DIFERENCIA</i>
En contra de AMLO	20.3	18.5	-1.8
A favor de AMLO	13.5	14.0	+0.5
Calderón (a favor)	14.5	13.9	-0.6
En contra de Calderón	1.9	0.9	-1
Nueva Alianza	3.9	1.0	-2.9
Del PRI y Madrazo	4.9	3.2	-1.7
Participación de televisoras	1.4	0.5	-0.9
Del IFE	1.8	1.1	-0.7
Otros	11.0	3.6	-7.4
No contestó	20.3	43.1	+22.8

Los datos señalan cómo entre las dos aplicaciones a la distancia de 5 años, existe una mínima diferencia entre los resultados de los spots recordados, que si bien son ligeramente negativos, no se perciben elementos sustanciales que separe ambos muestreos. Por otro lado, si tomamos la ausencia de respuesta (no contestó), como un valor que nos da señales del olvido, tenemos que existe en un sector de la muestra con una tendencia marcada hacia olvidar los spots políticos de 2006 entre ambas aplicaciones. Sin embargo, aquellos que si manifestaron recuerdos son muy similares entre ambas aplicaciones. Tanto en la aplicación de 2006, como la de 2011 nos interesó averiguar la naturaleza de estos recuerdos y encontramos en la gráfica 4 una semblanza de ello, señalando que la memoria está relacionada directamente con el impacto causado por el

mensaje contenido en él, para lo cual el tono amenazante y preocupante que deja entrever al espectador, es un elemento importante. Agregamos en el análisis la diferencia de percepción respecto al sexo, ya que nos interesó conocer si existía alguna diferencia significativa entre ellos.



La gráfica 4 en si es muy reveladora, ya que nos señala que los spots “AMLO es un peligro para la Nación” y “Calderón presidente del trabajo” siguen estando presentes en la memoria de la población de un modo que estos recuerdos se pueden recuperar con relativa facilidad a 5 años de ocurridos.

La tercera pregunta abierta de la sección 2 que comparamos con la aplicación de 2006 fue: ¿Cuál fue el papel del presidente Fox Quesada en las pasadas elecciones presidenciales? (refiriéndonos a las elecciones de 2006, pues como ya se ha dicho, la apli-

cación del instrumento tuvo lugar poco antes de las elecciones de 2012). La tabla 6 nos muestra los resultados de la comparación y el análisis estadístico.

Tabla 6

CATEGORIA	FRECUENCIA (%) 2006	FRECUENCIA (%) 2011	DIFERENCIA
Influencia y apoyo a favor de Calderón	42.7	31.7	-11
Manipulación	20.2	10.2	-10
Figura negativa	13.08	28.6	+14.8
Pasivo, ninguno	4.4	-	-
Ataque a otros candidatos	3.8	1.6	-2.2
Positivo	3.7	4.0	+0.3
Otros	0.8	-	-
No Contestó	11.15	28.7	+17.2

Comparación de respuestas entre las aplicaciones 2006 y 2010 respecto al papel del presidente Fox en las elecciones de 2006.

El recuerdo manifestado en la pregunta abierta es sin duda contundente: Influencia y apoyo a favor de Calderón. Y el de manipulación del proceso electoral. Siguiéndole en ambos periodos registrados el de ser una figura negativa, y acentuándose aún más para 2011, cuyo valor aumentó en un 14% más al de 2006, lo cual nos habla de una marcada tendencia al rechazo de este personaje. La Figura de Fox aumentó su valor negativo, ya en 2011 su figura pública no era muy importante, sus declaraciones en los medios no fueron del todo afortunadas, y en general sus temas y motivos de aparición en los medios fueron muy controvertidos y polémicos.

La sección 3, 4 y 5 del instrumento, por motivos de exposición de este trabajo, se analizan posteriormente dentro de este apartado a fin de dar coherencia a los datos presentados.

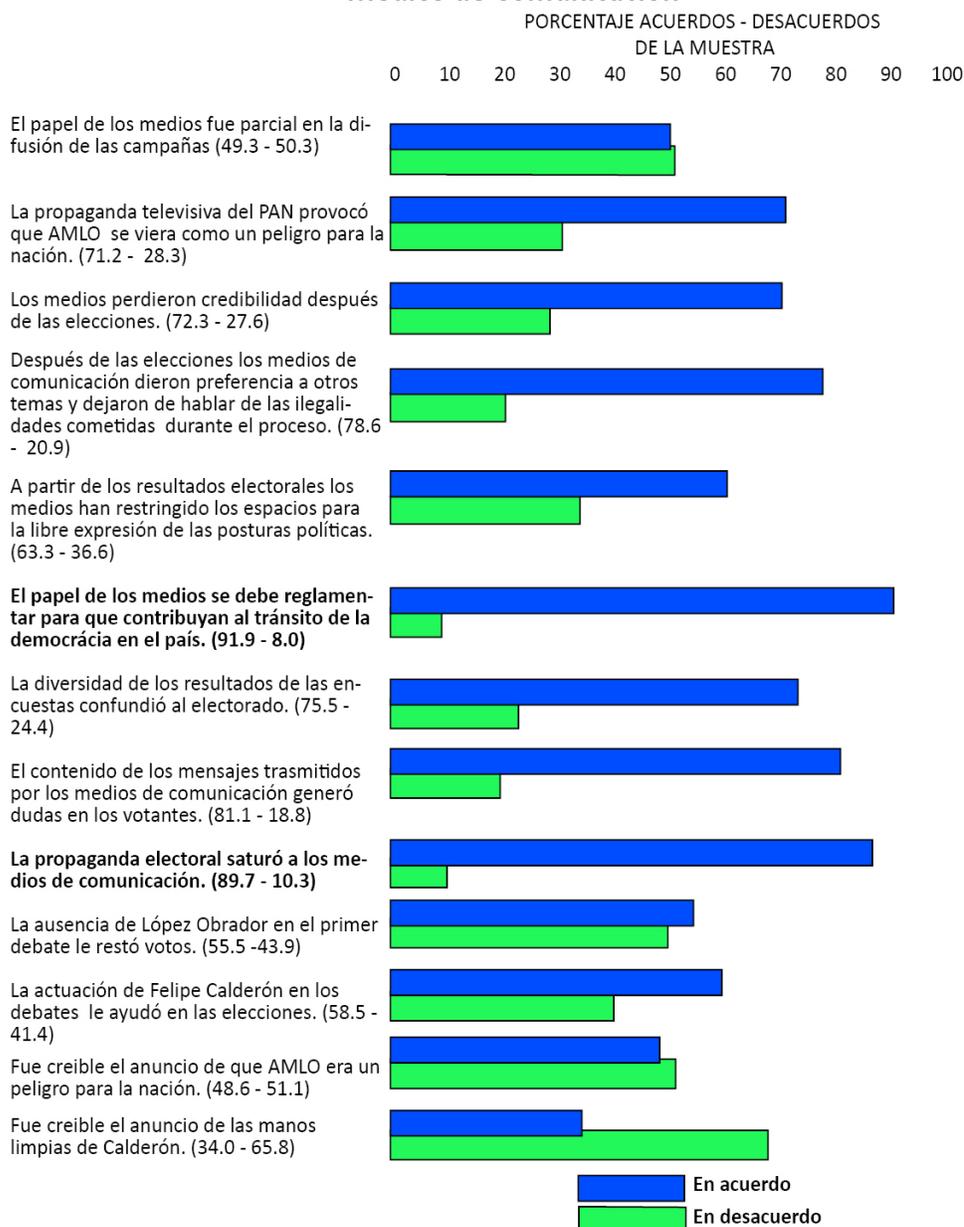
La sección 6 fue reordenada en base a tres ejes fundamentales: a) análisis de las respuestas con respecto a los medios de comunicación, su actuación durante el proceso electoral y sus mensajes; b) análisis de las respuestas respecto a las instituciones electorales y c) análisis de las respuestas en torno a los factores de influencia externa al proceso electoral. Esta categorización nos permitió además el observar que había dos categorías adicionales y útiles para comprender los resultados de esta sección, una d) que se refiere a la participación ciudadana y elementos de memoria y olvido; y f) las respuestas que hacen referencia a las acciones post-electorales de López Obrador.

Esta sección está diseñada en forma de escala de actitudes tipo Likert (1932), pensando en una medición cuantitativa de relativa exactitud que permita valorar el grado de adhesión o rechazo a determinados juicios.

Para hacer el análisis dividimos las cuarenta y tres preguntas de esta escala en las cinco categorías señaladas, ya que de esta manera podíamos interpretar de acuerdo a su valor semántico una serie de cualidades que distinguen las diferentes respuestas y nos proporcionan información tanto del recuerdo de los eventos ocurridos en el proceso electoral de 2006, como de la aceptación y rechazo de los mismos. Adicionalmente el análisis que realizaremos se desprende de estas respuestas, ya que están claramente enfocadas a factores sensibles de la realidad y de gran importancia en la vida nacional como son los medios de comunicación, las instituciones electorales, y apreciación de la democracia en su conjunto.

Los resultados obtenidos de esta escala (sección 6) están contenidos de la gráfica 6 a la gráfica 10 y para realizarlas sumamos los valores porcentuales de las respuestas *de acuerdo* y *totalmente de acuerdo*. Esta suma aparece como un solo valor que corresponde al porcentaje de la cantidad de personas de la muestra que respondió de acuerdo. Lo mismo sucede con los valores de *desacuerdo* y *totalmente en desacuerdo*, graficadas para la misma pregunta, inmediatamente debajo a la primera respuesta. Se hizo de esta forma para poder hacer una comparación equitativa con los valores encontrados en la aplicación de 2006 Muñoz (2010).

Gráfica 5 Medios de Comunicación



Al observar inicialmente la gráfica 5 vemos el grado de acuerdo a las preguntas señaladas y que son una muestra tanto de la opinión, cómo de la actitud formada y del recuerdo del proceso electoral de 2006 en el que los medios cumplieron un papel fundamental. Vemos que las respuestas más radicales en cuanto a estar de acuerdo a ellas, son las que se refieren al contenido de la propaganda, el papel no reglamentado de los medios de comunicación y la saturación de los mensajes emitidos durante la campaña.

Esta respuesta nos dice de una gran negación a lo difundido en los medios, así la pregunta relativa al contenido de los mensajes y las dudas de los electores, nos habla también de que los medios fueron percibidos como difusores de mensajes no apropiados y no asociados a esclarecer las dudas del electorado. Si bien no se aclara u especifica que tipo de mensajes en particular, otras respuestas nos dicen que los medios perdieron cierta credibilidad durante el proceso electoral.

Llama la atención la pregunta acerca de la “credibilidad de las manos limpias de Calderón” que es la respuesta en que se está más en desacuerdo, y por otra parte vimos que este mensaje televisivo en particular, es uno de los mas recordados. Pero también consideramos que esta imagen de las “manos limpias” pueda estar alterada por el drástico cambio que sufrió su imagen al confrontar a la delincuencia organizada y sus efectos durante los años subsecuentes y al tiempo de nuestra aplicación, pero al consultar la aplicación de 2006 (Muñoz, 2010, p. 192), observamos que este valor es similar al actual, teniendo un referente en el que desde entonces no convenció del todo al electorado en el aspecto de pulcritud, limpieza y honestidad. Los datos los mostramos en detalle en la tabla 7.

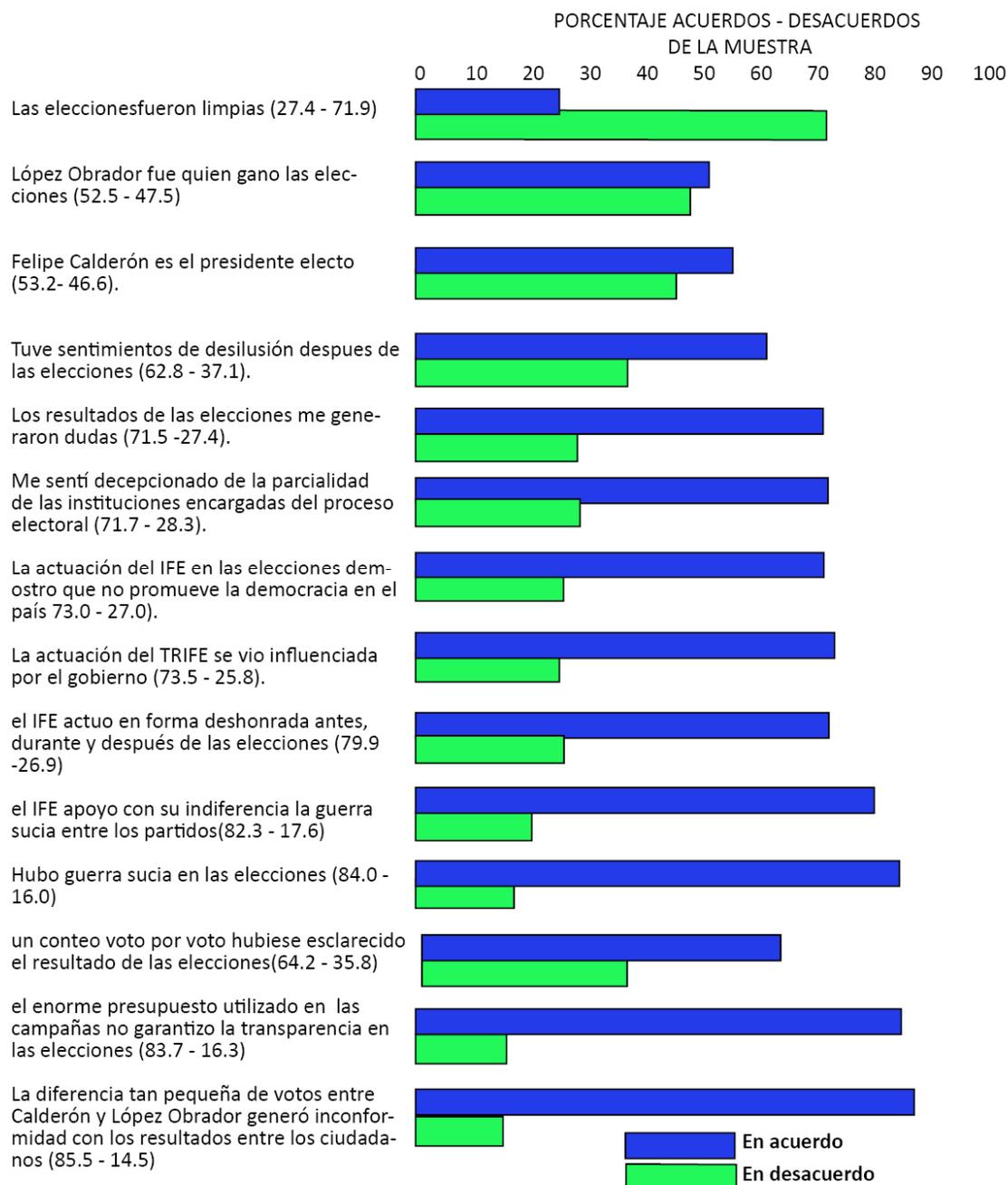
Tabla 7

Fue creíble el anuncio de las manos limpias de Calderón, comparación 2006-2011

	% De acuerdo	% En desacuerdo
Aplicación 2006	27.10	72.80
Aplicación 2011	30.4	65.8

Por ello también podemos establecer que el recuerdo no implica necesariamente estar a favor de ciertos contenidos transmitidos y aquí se manifiesta esta separación de opiniones y contenidos transmitidos, pero queda claro que el recuerdo subsiste con la misma intensidad. Lo mismo sucede con el spot más recordado y mostrado en la gráfica 4, “AMLO es un peligro para la Nación” donde la respuesta señala que para la muestra encuestada no fue del todo creíble ese mensaje, aunque es ampliamente recordado al paso de los años.

Grafica 6 Instituciones Electorales



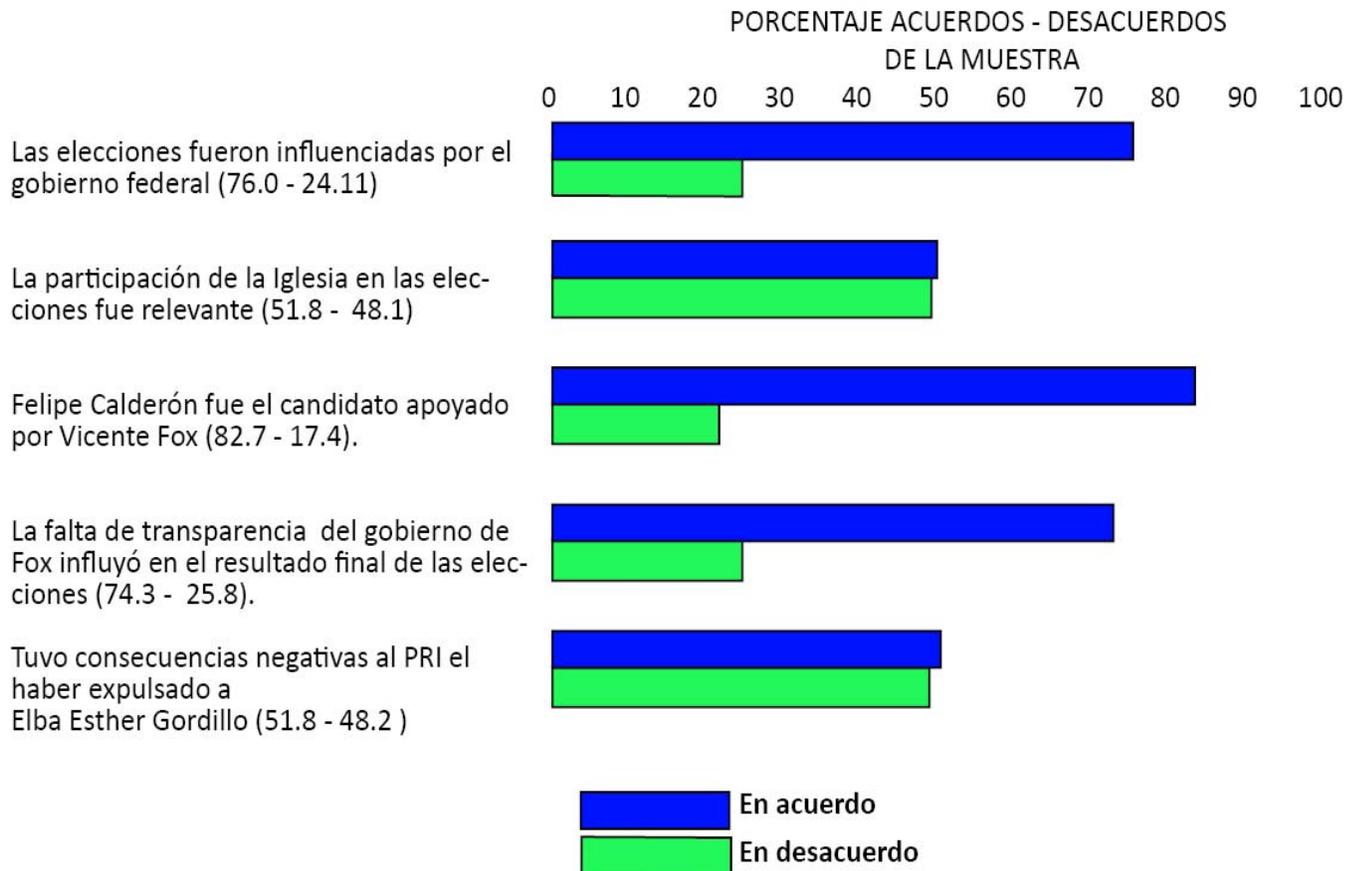
La siguiente categoría, mostrada en la gráfica 6 analiza el recuerdo de lo que fue el comportamiento de las instituciones electorales en 2006, mostrando un claro desacuerdo en cuanto a la limpieza del proceso, valor más elevado en la escala de desacuerdo. Sin embargo, por la forma que se plantean las preguntas, otras variables aparecen con una calificación acentuada que al final se interpreta también como “inconformidad” de

los resultados ante las diferencias tan pequeñas, así como el presupuesto tan elevado usado en las campañas.

Otros datos a destacar, es que tampoco se da el crédito total del triunfo en las elecciones a López Obrador, aunque si hay una diferencia a favor con poca distancia cuantitativa (52.5 vs. 47.5) sin embargo ello nos habla de opiniones diferenciadas respecto a la inconformidad y a la limpieza del proceso electoral. Lo mismo sucede con la aprobación absoluta de Calderón, donde también la población de la muestra no se manifiesta totalmente de acuerdo a ello y su tendencia es como la anterior, de cierta negatividad. Un punto que también resulta relevante es que se acepta la existencia de una “guerra sucia” entre los partidos permitida por el IFE, así como el sentir de poca o nula promoción de este Instituto a la democracia.

Un último aspecto que observamos es que también la población de la muestra no ve acertada la actuación del IFE, pero al tiempo responde que un “conteo voto por voto” no hubiera sido un factor de decisión importante, dándonos de nuevo respuestas diferenciadas.

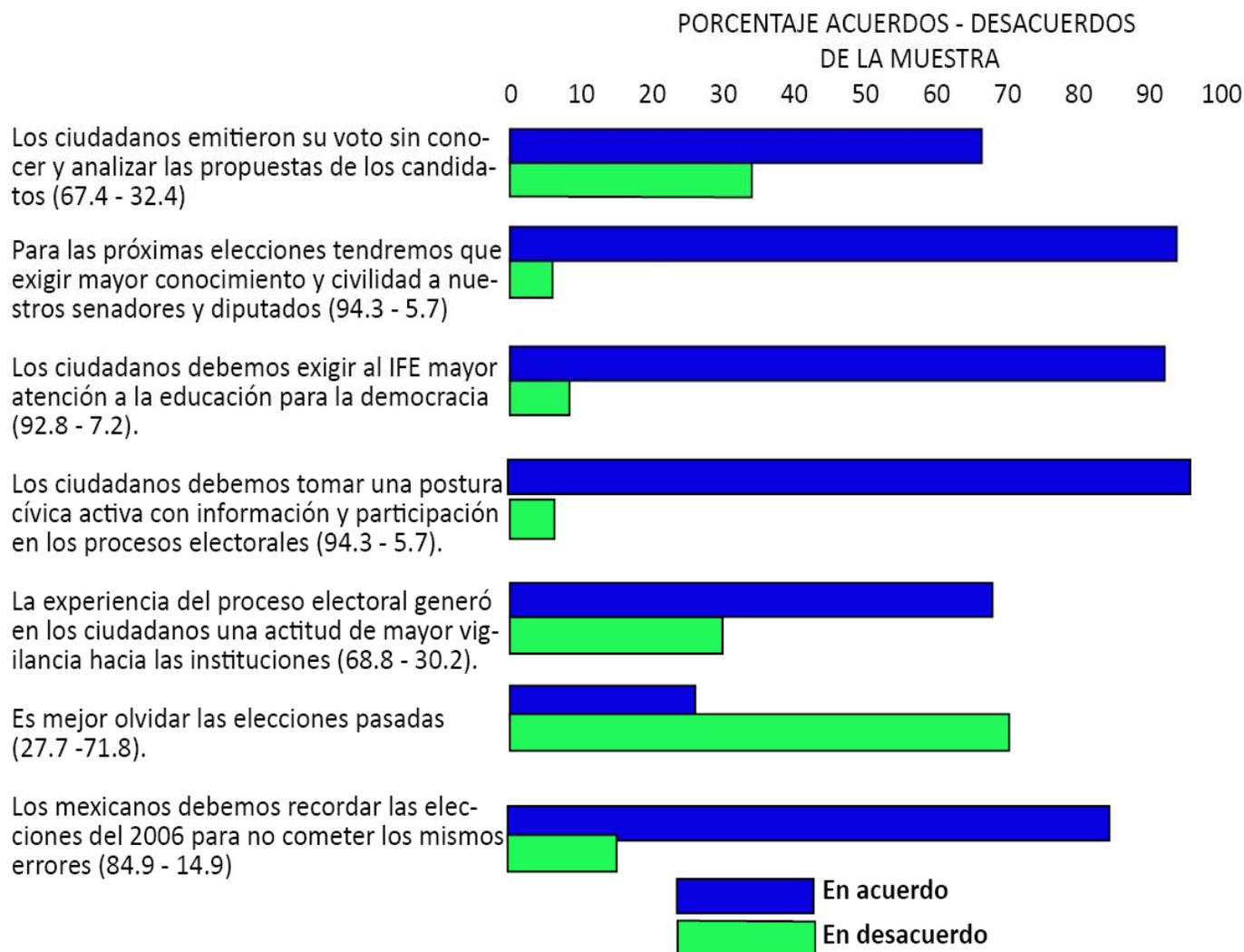
Gráfica 7 Influencia externa en el proceso electoral de 2006



La gráfica 7 está constituida con los elementos externos que influyeron en el proceso electoral de 2006, donde se distingue el claro acuerdo de la muestra en la influencia del Gobierno Federal, Fox y la falta de transparencia de su gobierno.

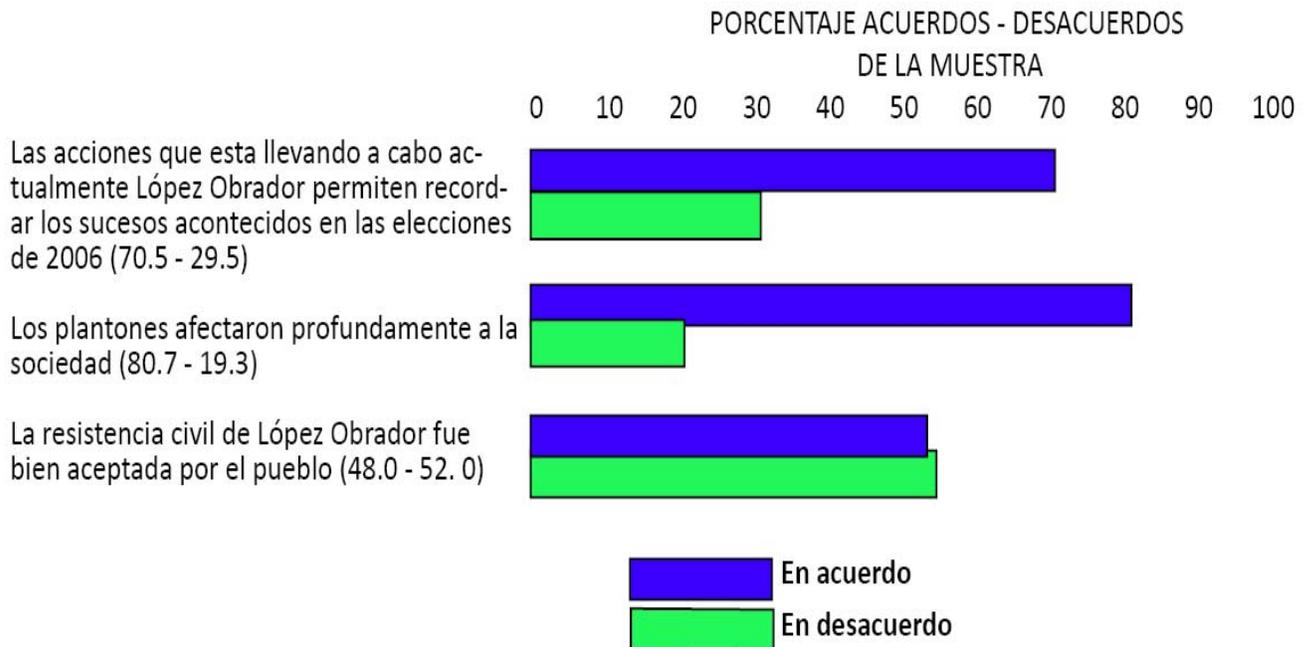
Para las influencias de la iglesia y las consecuencias negativas hacia el PRI de la expulsión de Elba Ester Gordillo, los valores mostrados son bastante similares en cuanto no se radicalizan hacia ningún extremo los resultados.

Gráfica 8 Participación Ciudadana /Memoria-olvido



Los valores mostrados en la gráfica 8 muestran una acentuada necesidad por parte de los ciudadanos de cuidar, vigilar, exigir, tomar postura cívica hacia los procesos políticos y electorales: existe una fuerte conciencia de la necesidad de participación ciudadana. Por otro lado se señala que parte de esta conciencia se da a través de no “olvidar las elecciones de 2006, para no cometer los mismos errores”. Considerando de este modo, por la muestra, que la memoria es importante.

Grafica 9 Acciones post-electorales AMLO



López Obrador continuó en la escena política de diversas maneras, tal vez esto influyó en la respuesta referente a que sus actuales acciones contribuyeron al recuerdo del proceso electoral de 2006. Un acuerdo similar respecto a la importancia atribuida a los plantones se muestra también en esta gráfica. Y por último observamos que las posturas respecto a los acuerdos y desacuerdos de la aceptación de la resistencia civil de López Obrador son casi de igual valor para los acuerdos que los desacuerdos.

En los datos obtenidos por Muñoz de 2006 (2010, p. 197) acerca de la afectación de los plantones a la sociedad, nos encontramos que es muy similar, y que en todo caso parece que la opinión respecto del acuerdo a la afectación de la sociedad aumentó con el paso del tiempo.

Tabla 8

Los plantones afectaron profundamente a la sociedad

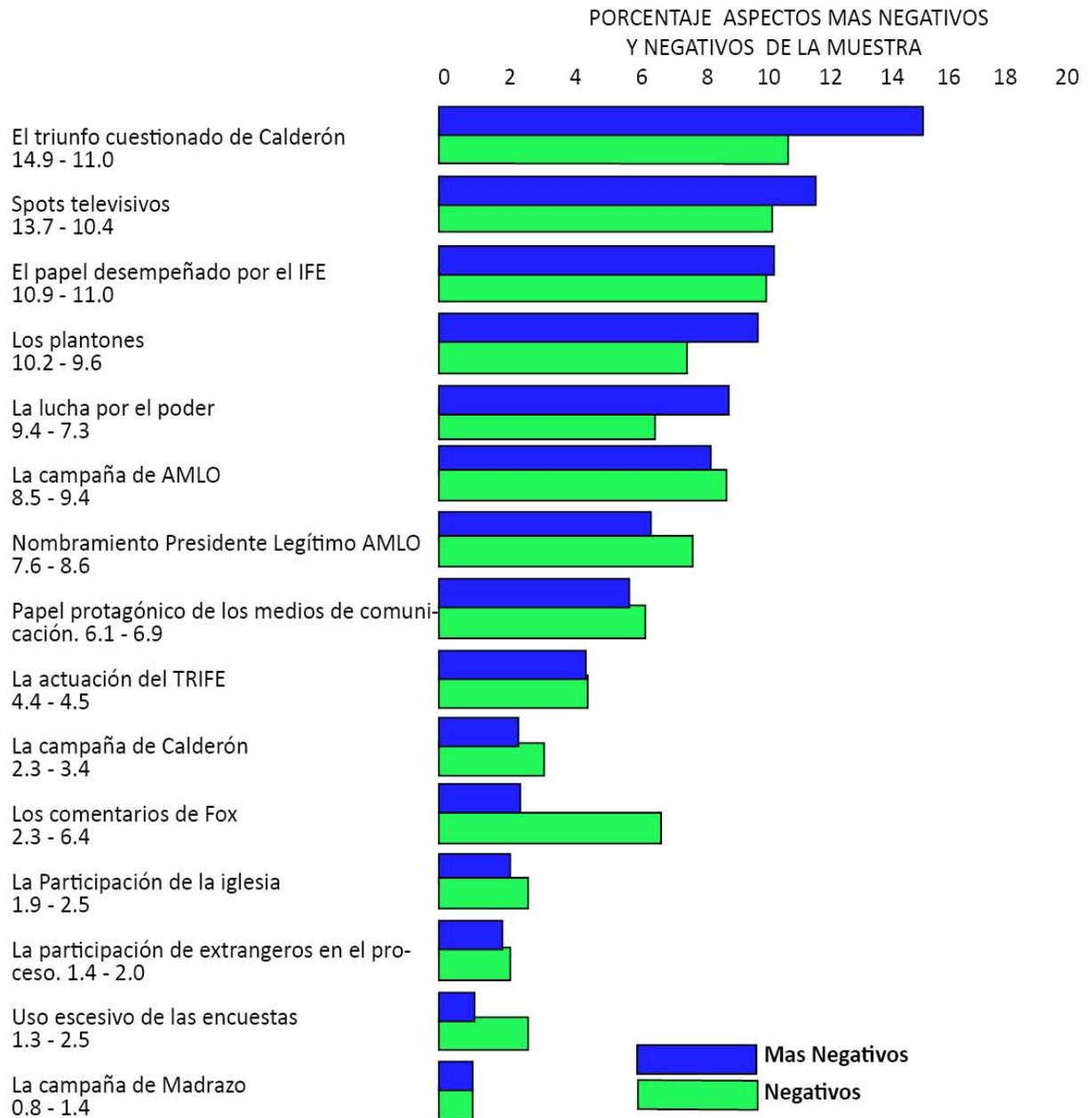
	<i>Acuerdo (%)</i>	<i>Desacuerdo (%)</i>
Aplicación 2006	73.5	26.2
Aplicación 2011	80.7	19.3
Diferencia	+6.2	-5.9

La grafica 10 fue construida a partir de la sección 3 del instrumento, en la cual se le pide al encuestado que valore los aspectos más negativos de la campaña electoral de 2006, asignándole un valor numérico del 1 al 5, de más a menos negativo. En la gráfica aparecen los primeros 2 valores extremos, el de más negativo y en seguida el de negativo. Así observamos que en primer lugar se responde con *el triunfo cuestionado de Calderón*. En segundo lugar los *spots televisivos*, y en tercero *el papel del IFE*. Estos valores coinciden con los observados en los anteriores resultados, donde se manifiesta un alto desacuerdo con los resultados electorales, con el papel de los medios de comunicación y con el desempeño del IFE.

No deja de ser menos importante el papel de los plantones de los seguidores de López Obrador, que aun mantiene un valor relativamente alto de negatividad para esta sección del instrumento.

Gráfica 10

Valoración de los aspectos más negativos de la Campaña Presidencial de 2006

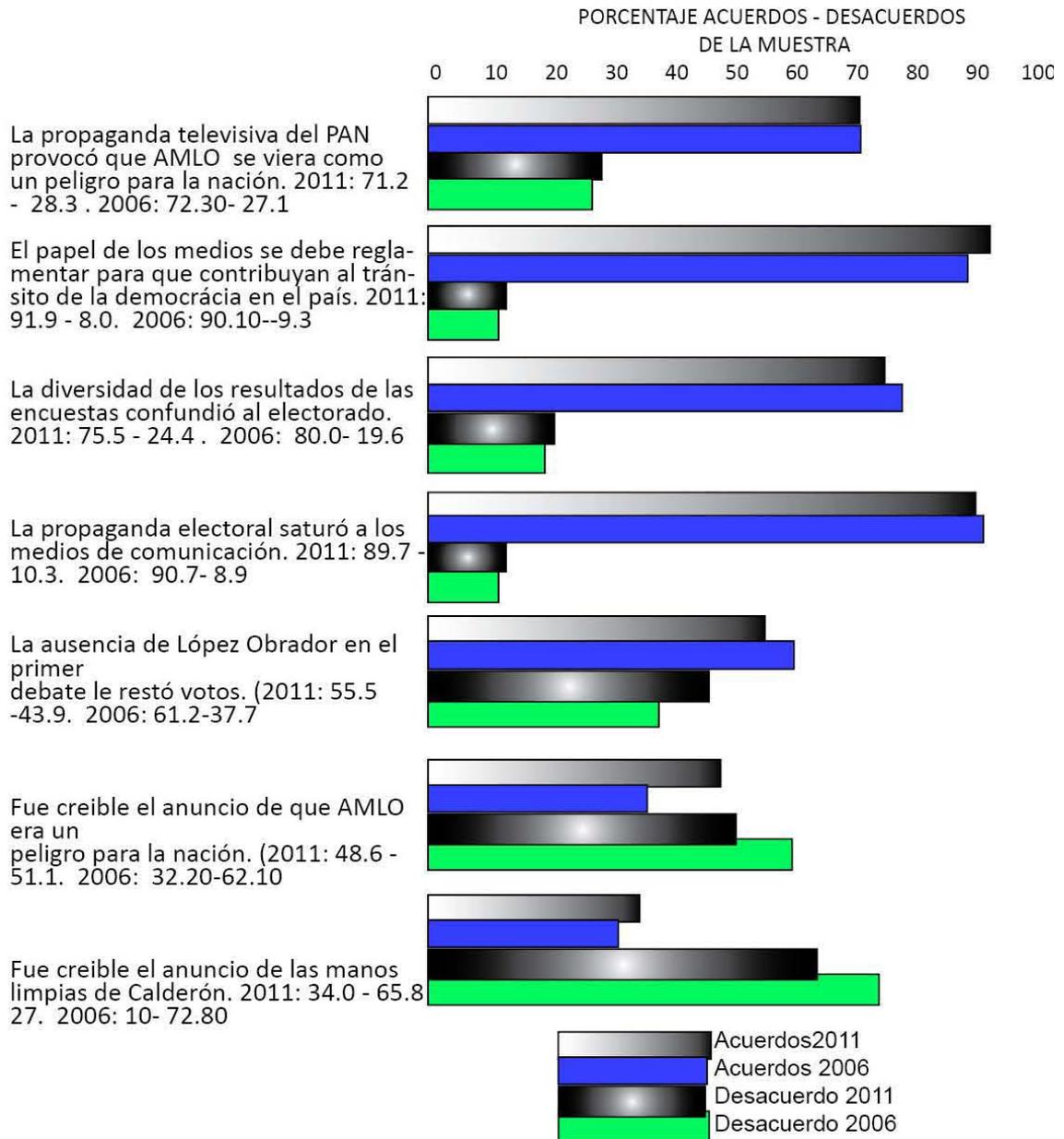


Las siguientes tres gráficas fueron realizadas a partir de algunos de los datos elaborados para las gráficas 5, 6 y 8 y se comparan con los datos equivalentes del estudio de Muñoz (2010, pp. 190-201).

En la gráfica 11, es notable la similitud de los valores encontrados entre ambas aplicaciones para los mismos ítems, destacando ya en 2006 que la propaganda televisiva

afectó notablemente la imagen de López Obrador, y dando elementos que guardan una relación casi idéntica entre los cinco años transcurridos de las aplicaciones.

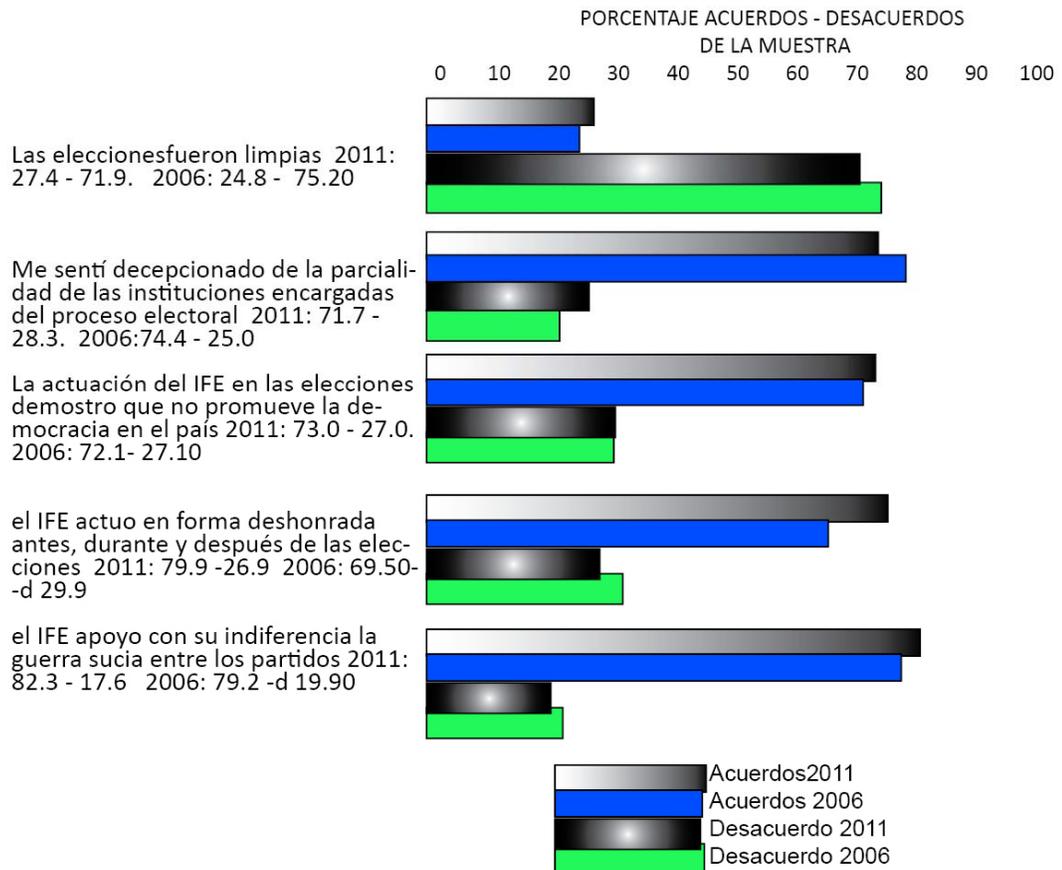
Gráfica 11
Comparación de aplicaciones 2006-2011
Memoria respecto a los medios de comunicación



Los diversos elementos y sus valores cuantitativos asociados a los medios ya descritos con anterioridad para la aplicación 2011, son en general de gran similitud al paso del tiempo, y lejos de caer en el olvido, parecen que cobran más fuerza como recuerdos, sobre todo en lo referente a la propaganda. De igual manera, ya vemos que desde el 2006 existen tendencias notables a la no credibilidad o desacuerdo respecto al “spot de

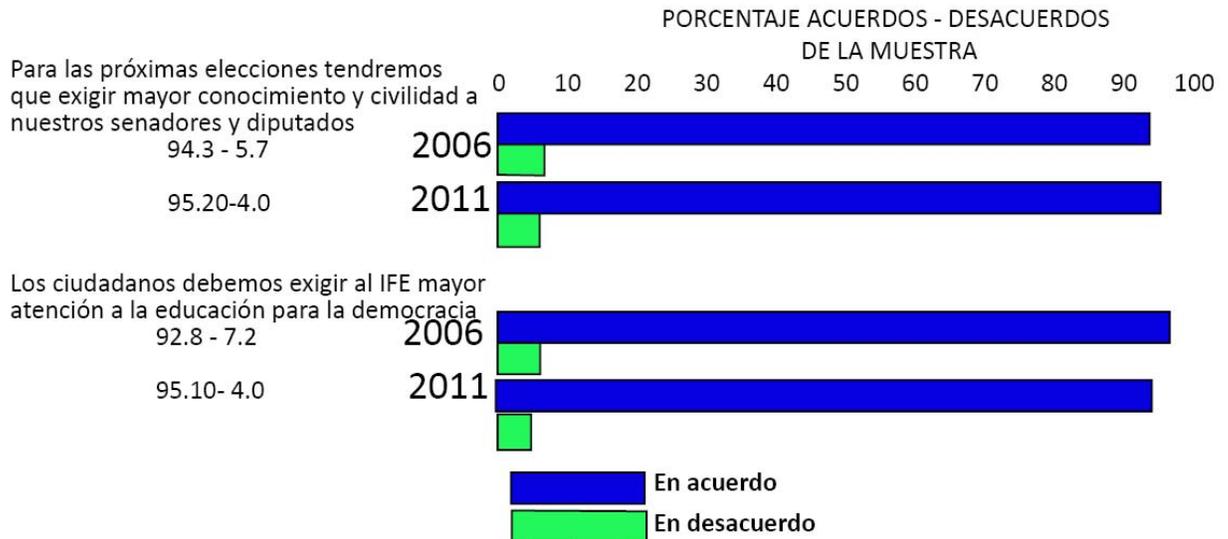
las manos limpias de Calderón” y en el desacuerdo con respecto a la credibilidad de “AMLO es un peligro para la nación”.

Gráfica 12
Comparación de aplicaciones 2006-2011
Instituciones Electorales



La gráfica 12 está elaborada a partir de los datos asociados a la valoración de las instituciones electorales en las aplicaciones de 2006 y 2011. Igualmente, la semejanza de las respuestas en cuanto a estar de acuerdo a los diversos ítems resulta notable, e incluso la percepción en la población de que el IFE actuó de manera deshonrada, antes, durante y después de las elecciones de 2006, aumenta en 2011.

Gráfica 13 Comparación de aplicaciones 2006-2011 Participación ciudadana



La gráfica 13 también es construida a partir de las aplicaciones: 2006 y 2011. La intención de aumentar la participación cívica y política está presente en la población a partir de los desacuerdos ya mostrados. De nuevo, la enorme similitud de los resultados nos confirma que la memoria de los hechos ocurridos durante el proceso electoral de 2006 es determinante y se muestra de forma contundente.

Tabla 8

<i>¿Volvería a participar en las elecciones?</i>	<i>Si</i>	<i>No</i>
	73.8	26.2

Resultados de la sección 4 del instrumento a la intención de voto, aplicación 2011.

Los resultados de la tabla 8 nos hablan sin lugar a dudas de la esperanza, de la democracia ideal, de la confianza de la población en los procesos electorales a pesar de haber tenido sentimientos de desilusión y las dudas generadas en el proceso electoral de 2006 (ver gráfica 6). La respuesta al *si volvería a participar* es elocuente y hablan de actitudes y sentimientos de responsabilidad ante los procesos políticos y lo vemos más aún en las causas de ello, mostradas en la siguiente tabla:

Tabla 9

<i>¿Por qué razón consideraría volver a votar? (Respuesta considerada sólo para los que volverían a votar)</i>	%
Es un derecho y obligación de los mexicanos.	30.5
Me preocupa quién gobierna mi país.	15.5
Para que la situación de México mejore en el futuro	11.2
Para hacer valer mí voto.	9.9
Porque México es un país democrático.	2.6

Razones de la intención de voto de la muestra, aplicación 2011

Por último, los resultados de la sección cinco de la aplicación de 2011, enfatizan el valor de la responsabilidad como obligación y como derecho a ejercer el voto. Ello señala la necesidad de participación de los ciudadanos y la preocupación de que el país mejore. Sin embargo, la calificación más baja para esta escala es la de la afirmación relacionada a la democracia de México, misma que está de acuerdo con las gráficas anteriores en el sentido de una exigencia no manifiesta pero palpable: México podría ser más democrático.

9. Discusión

9.1 Memoria y democracia.

Tres grandes temas de desacuerdo en la población de nuestra muestra se han evidenciado en los resultados, a saber: Los resultados electorales de 2006, la actuación de los medios de comunicación y sus mensajes; y el papel del Instituto Federal Electoral y del Tribunal Electoral. Contrastante a ello: el anhelo de democracia por la población. Temas que continúan en la memoria colectiva porque a pesar del tiempo transcurrido, la población que vivió y presencié esos hechos; así como las circunstancias que los motivaron, siguen aquí y se hacen recordar con una asombrosa exactitud. Población con diversa escolaridad, niveles socioeconómicos, edades y sexo, que participó directa e indirectamente en el proceso electoral de 2006. Por ello, el recuerdo tampoco se borrará fácilmente, porque hay mucha gente que lo mantiene vivo y sus significantes siguen siendo vigentes, siguen siendo motivo y tema de charla, de análisis, de comparación o de evocación ante los nuevos procesos electorales. Si estamos hablando de un acontecimiento ocurrido hace 6 años, y si estamos recordando lo que veíamos y escuchábamos en los medios de comunicación, y tenía eco en los comentarios de café, en la sobremesa, en las aulas, estando o no de acuerdo con las opiniones y aún se recuerda el contenido principal de estos mensajes; entonces estamos hablando de un tipo de mensajes que provocó que la sociedad lo recuerde a través del tiempo y la memoria de la colectividad lo reconstruya en ciertas circunstancias, como lo hemos podido constatar.

Estamos frente a un fenómeno colectivo en el que la memoria ha guardado y se mantendrá por mucho tiempo en estas calles, en estas plazas, en la celebración de futuras elecciones, en los nuevos spots televisivos, en los personajes políticos y en la idea de cada individuo respecto al anhelo de democracia.

En el sentido de la tradición teórica de Halbwachs (1924), la memoria tiene marcos temporales y espaciales, en nuestro caso una etapa situada en 2006 principalmente, en la que se vivieron acontecimientos en los que mucha gente de esta ciudad de México —espacio de nuestro estudio— fue espectadora y partícipe de alguna forma de sus acontecimientos. Acontecimientos que evocaron ideas de cambio, de mejoría, de la posibili-

dad de un cambio de régimen, de eliminar la corrupción, de replantear la distribución de la riqueza y tantas esperanzas que fueron posibles encontrar, aún en aquellos que no se manifestaron en las calles, ni tomaron bandera partidista alguna de manera abierta pero fueron espectadores y audiencia de la propaganda política, de los spots televisivos, de los comentarios de los noticiarios, de las charlas con los amigos. Los recuerdos manifestados nos lo indican, la evocación de sentimientos de desilusión ante los resultados, la tangible *no credibilidad* a los medios y a las instituciones lo confirman. Pero también miramos en retrospectiva la memoria de los habitantes de nuestra ciudad y encontramos otros escenarios similares, otros escenarios en los que mucha gente se volcó a las calles, es el caso de 1988, ante el eventual fraude en las urnas de Cuauhtémoc Cárdenas y otros desafíos históricos en los que la población de la ciudad evoca y reconstruye como grupo estos recuerdos, y estos recuerdos son vigentes y aunque los jóvenes no los hayan vivido, el grupo que sí, se los transmitió. Dice Mendoza (2007) que “Los marcos son más sociales y simbólicos que físicos o secuenciales: son significativos en la medida que se convierten colectivamente y que se estipulan para las colectividades: una fecha y un lugar, resultan de interés para la gente en la medida que dicen algo, que los interpelan, que les comunican algo significativo. Así son los marcos, facilitan y potencian, y así son los sentidos, hacen sentir los momentos y los sitios.” (p. 17).

Algunos elementos que nos refiere a la memoria de los personajes involucrados en el proceso electoral de 2006, están contenidos en la Tabla 3, donde nos muestra claramente que los mismos personajes del PAN y PRD que contendieron a la presidencia, siguieron estando presentes en el ámbito político e informativo nacional y siguen siendo antagonistas en muchos sentidos durante todo lo que va el sexenio subsiguiente (2006-2011); consideramos que esta presencia es también un elemento que ayuda a conservar la memoria de los grupos a diferencia de los otros partidos, donde sus participantes salieron casi por completo de la escena política, y especialmente para los casos del PASDC y el PANAL, donde los valores aquí mostrados tienden al olvido por la diferencia mostrada de manera negativa. Sin embargo, un alto porcentaje de la muestra aún recuerda a Madrazo como candidato del PRI, a pesar de su salida casi total del panorama político en México. El recuerdo de los contendientes principales de las elecciones

de 2006 es ampliamente significativo para este trabajo, porque se hace presente el factor de competencia-rivalidad prevalecientes desde hace cinco años entre ellos y que continua hasta la última aplicación del instrumento en 2011, ubicándolos en un marco de temporalidad muy preciso que hace pensar en que los recuerdos de esta contienda forman sólo una parte de una serie de recuerdos asociados al mismo proceso.

Se mantienen los recuerdos porque siguen manteniéndose constantes las condiciones sociales que prevalecieron y determinaron los hechos ocurridos en el proceso electoral de 2006. Uno de sus marcos es precisamente el del sentimiento de escasa democracia y esta, tal como la percibe el ciudadano común, aún falta mucho por mejorarla. Queda la esperanza de la democracia ideal, queda la posibilidad ideal de transformar a las instituciones que nos gobiernan, por eso, por la esperanza es que votamos. No se vota porque ya se vive en una democracia acabada, sino porque se desea tener una verdadera democracia. Por eso los ciudadanos del presente estudio confirmaron que volverían a votar, y ese 73.8 por ciento que respondió así, muestra que es importante mantener ese sentimiento (ver tabla 8).

Un 84.9 por ciento (gráfica 8) de la población participante estuvo de acuerdo en que los mexicanos debemos recordar las elecciones de 2006 para no cometer los mismos errores a cinco años de que ocurrieron. Y estuvieron en desacuerdo en olvidarlas (68.8 %). Así, los comicios electorales presidenciales de 2006 nos muestra un país dividido, uno que quiere recordar, y otro, el menos, olvidar.

El olvido social dirigido también cobra sentido porque la percepción de la gente fue que después de las elecciones los medios de comunicación prefirieron callar, dejaron de hablar de las irregularidades, percibidas como ilegalidades cometidas durante el proceso electoral, así lo dice el 78.6 por ciento de los participantes de nuestro estudio (gráfica 5). Pero no sucedió así en las calles, en las universidades públicas, en los cafés, en muchos hogares, ahí donde la gente podía comentar y conocer otras formas de interpretar la información. Las condenas a la resistencia civil por parte de los medios es parte de esta intención de olvido dirigido. Se trataba de cambiar la opinión de los simpatizantes a la causa de López Obrador, se trataba por la vía del desprestigio de acusarle

de no acatar los resultados electorales, pero quienes acusaban sabían que no era López Obrador el causante de las marchas y plantones, sabían que muchos habitantes de este país estaban descontentos con los resultados, no que estuvieran a favor de López Obrador, sino que no les satisfacía la manera en que se presentaron los resultados. Así, lo muestra el 71.9 por ciento de la población de nuestro estudio, que afirma que las elecciones no fueron limpias (gráfica 6 y 12) donde ya desde 2006 percibía esto la población; o el 85.5 por ciento que respondió que la diferencia tan pequeña de votos entre Calderón y López Obrador generó inconformidades con los resultados entre los ciudadanos. Los datos de la investigación también dice que no es claro que López Obrador fue quién haya ganado las elecciones (52.5 de acuerdo, 47.5 en desacuerdo). Lo cual nos dice que fue el proceso electoral y no sólo los participantes que contendían, lo que hizo a la población mantener un sentimiento de inconformidad, de desconfianza hacia los resultados. Todo ello, se mantuvo como recuerdo en la población que se estudió, tanto en 2006 como en 2011.

9.2 Medios de comunicación en el Proceso Electoral de 2006

Sartori (1988) nos dijo ya que, “si encontramos a un pueblo ejerciendo plenamente su función ideal de gobernar es en las elecciones. Etapa en la cual el proceso democrático se concreta y resulta en el hecho de elegir.” (p. 116). Ya que es en sí, la garantía de la democracia, pero nos advierte “siempre y cuando el ciudadano común haya obtenido información libre de manipulaciones respecto a los fabricantes de opinión”, esto es, los medios de comunicación, la propaganda política excesivas y otras variables de índole diversa. En nuestro caso, la percepción de nuestra población hace patente el referente a que los “medios perdieron credibilidad después de las elecciones”. (Gráfica 5 con un valor de 73.3). Pero las respuestas todavía más contundentes son las referidas al contenido de la propaganda electoral, el cual generó dudas entre los votantes y la gran necesidad de reglamentar a los medios para que contribuyan a la democracia del país (91.9 por ciento, gráfica 5).

Al analizar la gráfica 4 en detalle, la cual registra los spots políticos que son más recordados, observamos de primera instancia una gran diferencia del recuerdo de un spot a

otro, además de mantenerse a través del tiempo como recuerdos de gran intensidad, ello significa que la memoria en este caso se ha reconstruido a partir de los siguientes elementos: las expectativas de la población de la muestra, donde por un lado el temor hacia el riesgo del peligro en el caso del spot *AMLO es un peligro para México*, determina en gran medida que los términos claves y simbólicos “peligro-México” sean representados cómo signos que al traducirse en memoria, son fáciles de recordar, posiblemente por su valor emocional subjetivo ligado directamente a la supervivencia, el temor a la pérdida de logros individuales y familiares como el auto, la casa y otros no abiertamente expresados en la campaña, pero derivados de las cualidades atribuidas al candidato de manera negativa y que este no pudo contrarrestar durante la misma. Lo mismo puede decirse de las expectativas generadas a la promesa de Calderón de “crear empleos”, toca un símbolo socialmente necesario y ligado a las necesidades más básicas de los pobladores de México: el empleo; ya que las dificultades en esta materia son crecientes y preocupantes, sobre todo para las cabezas de familia, en cuyas manos está la responsabilidad del bienestar de la familia; dicho spot crea así esperanza y protección cómo elementos emocionales involucrados.

El siguiente spot en orden de importancia para la muestra fue “Calderón, las manos limpias”. Aquí cobra relevancia el factor seguridad, que en 2006 apenas se había hecho evidente la posibilidad de mayores peligros con respecto a lo que se dio en llamar posteriormente “crimen organizado”. La situación de la violencia en 2006 era incipiente respecto a lo que se vivió después en el país, pero ya mostraba indicios de crecer y de alto riesgo, sobre todo para la población ajena a los negocios y acciones de violencia ya iniciados en varios puntos del país, principalmente en la frontera norte. Si a esto sumamos los altos índices de corrupción que la población conoce de diversas maneras en las diferentes esferas públicas, el spot resulta adecuado para mostrar la imagen de un candidato que no se ha ensuciado las manos de forma alguna: llámese corrupción, crimen, violencia u otra acción delictiva. Los elementos simbólicos manejados aquí resultan de influir fuertemente en las expectativas relativas a la seguridad y a la esperanza de disminución de la corrupción y de no dejar crecer la violencia, ni mancharse las manos de sangre o dinero.

Lo mismo resulta para el cuarto spot recordado (grafica 4), donde ahora Madrazo exhibe a unos delincuentes. La expectativa de seguridad de nuevo cobra relevancia. Pero también recordemos el impactante spot en que el miedo del delincuente se manifiesta a través de la fuerte imagen del rostro y la acción de aflojar sus esfínteres y mojarse los pantalones. Es de observarse en los resultados que al hacer la diferencia por sexo, los hombres recuerdan más que las mujeres los spots “peligro para México” y “Presidente del trabajo”, mientras que las mujeres tienden a recordar más los temas de honestidad y seguridad.

El spot más recordado “AMLO es un peligro para México”, nos hace referencia directa al tono de la campaña, al de un discurso del miedo, al del manejo de las emociones del posible votante antes que a la razón. Al convencimiento por la vía de la amenaza y los prejuicios sociales e ideológicos, miedo de la pérdida del patrimonio. En el segundo spot más recordado “Calderón, presidente del trabajo”, se alude a la esperanza de empleo de los mexicanos, a la necesidad presente en un pueblo que ha visto decrecer su economía familiar en pocos años, en la falta de una actividad laboral para los miles de jóvenes egresados de las universidades, y más.

En este marco, la población está calificando a los medios de transmitir mensajes que no contribuyeron a crear un clima de credibilidad y a una campaña con tintes muy agresivos, de atentar contra la soberanía del pueblo al imponerle opiniones que no les pertenecían. Que ante la ausencia de reglamentos adecuados, los medios posibilitaron la transmisión de propaganda electoral que lejos de aclarar dudas, las aumentaban y de no contribuir a la democracia con ello. En todo caso, al poner en tela de juicio los contenidos transmitidos, pareciera que los participantes de la muestra perciben que los medios tratan de imponer una visión de las elecciones que no corresponde a la que esperaban; y que esa visión les pareció ajena y no les agradó. El sentimiento también manifestado es que sus contenidos mostraban parcialidad, pero el contenido de algunos mensajes en particular, hizo que se recordaran a lo largo del tiempo y se hiciera muy evidente su impacto desde que se mostraron en la campaña.

Varios análisis se han realizado ya de estos spots, señalando entre otras cosas que “al presentar al candidato de la Coalición de Todos como *un peligro para México*, se dio paso a la legitimación de una guerra en la que el enemigo político fue satanizado y estigmatizado. (Chihu, 2010, p. 155). También el mismo investigador señala que “el miedo constituye una poderosa emoción, y al infundir temor hacia el candidato opositor puede conseguirle votos al candidato que lo ataca” (p.154).

También Gutiérrez (2007) nos dice que “en la actualidad los discursos participan en la modelación y construcción social del miedo en forma sistemática y permanente. Investigaciones recientes ubican a los medios de comunicación masiva como los principales contribuyentes en la construcción y circulación del discurso del miedo que permea la cultura popular” (p. 31). Y en particular, al referirse al spot *un peligro para México* nos refiere: “Calderón se amparó en la vieja herramienta de los estrategas estadounidenses, principalmente republicanos, expertos en el uso de la «campana negra». La clave de esa arma de «guerra electoral» es denostar al enemigo con medias verdades y no darle tiempo a reaccionar. En esta estrategia se explotan, principalmente a través de los medios, la psicología y los prejuicios de masas. Se explota la necesidad de odiar a alguien y se fomenta la búsqueda de un chivo expiatorio. Suscitan ese odio y, a veces, apasionan a la gente, la sublevan y finalmente, le conceden una salida simbólica: por ejemplo votar” (Gutiérrez, 2007, p. 38). Se habla así que la campaña tuvo los efectos esperados, pues en la impugnación interpuesta ante el Tribunal Federal Electoral, por la *Coalición Por el Bien de Todos* señaló que: “La campana negra desplegada por el Partido Acción Nacional y por otros actores tuvo una clara incidencia en la forma en que se comportó el electorado, pues una vez que se comenzó a difundir, comenzó a reducirse la diferencia en las preferencias electorales”. (Gutiérrez, 2007, p. 43).

Gutiérrez también nos advierte que el uso de la frase absolutista usada por sus adversarios “Andrés Manuel López Obrador es un peligro para México” no es un invento del PAN, es un clásico reconocible a través de la historia del pensamiento totalitario. “Sólo cambia el objeto portador del “Mal” y el espacio geográfico donde el “Mal” se “instala”: “Los judíos son un peligro para Alemania”, “Los comunistas son un peligro para América”, “Los negros son un peligro para la raza blanca”, Los homosexuales son un peligro

para la sociedad”. Designar a un grupo o a una persona como encarnación del caos es una estrategia de propaganda persecutoria. La palabra “peligro” alerta contra una amenaza absoluta: el derrumbe de las instituciones, la expropiación del patrimonio, etcétera” (Gutiérrez 2007, p. 44). Por desgracia aun vemos como se aplican estas estrategias de propaganda política en los campos de las guerras en contra de «los terroristas» o la llamada «delincuencia organizada » y se justifican planes de guerra sin que necesariamente sean efectivos o busquen realmente eliminarlos, sino que únicamente buscan el consenso de la sociedad para desplegar o justificar políticas extremadamente bélicas y agresivas que en ocasiones enmascaran los verdaderos planes, como nos lo ha mostrado Carlos Fazio en sus investigaciones (Fazio, 2012).

Al respecto, la opinión de Chomsky se hace pertinente: “Una sociedad es democrática en la medida en que sus ciudadanos desempeñan un papel significativo en la gestión de los asuntos públicos. Si su pensamiento es controlado o sus opciones restringidas, no están, evidentemente desempeñando un papel significativo: sólo los controladores y aquellos a quienes sirven lo hacen. El resto son sólo acciones sin significado, falsas y formales” (Chomsky, 1990, p. 18).

En relación a la respuesta al ítem: “La propaganda televisiva del PAN provocó que AMLO se viera como un peligro para la Nación” fue de 71.2 por ciento en acuerdo, pero al responder al “la credibilidad del anuncio” la respuesta se divide 48.6% de acuerdo, y 51,1 en desacuerdo. Es decir, la mitad de gente piensa aún que no fue creíble este spot, porcentaje suficiente para pensar que los mensajes difundidos a través de los medios de comunicación en la elección de 2006 son descubiertos, desenmascarados en su intención por el auditorio y puede llegar a pensarse en la posibilidad de encontrarnos con una sociedad que no fue del todo “manipulada” y evidencia por el contrario, que se muestra más dispuesta a analizar los mensajes políticos en general. Consideramos importante destacar que más de la mitad de la población tuvo o tiene una escolaridad de preparatoria o más (gráficas 1 y 2), factor de suma importancia en el acceso a mejores y más variadas fuentes de información.

De acuerdo a nuestros resultados, la percepción de la población hace patente que los “medios perdieron credibilidad después de las elecciones”. (Gráfica 6). Pero las respuestas aun más contundentes son las referidas al contenido de la propaganda electoral, el cual generó dudas entre los votantes y la gran necesidad de reglamentar a los medios para que contribuyan a la democracia del país (91.9 por ciento, gráfica 6).

9.3 Papel de las Instituciones Electorales y la percepción de la democracia.

Por otro lado, a pesar de la propaganda elaborada en el discurso del miedo, la población parece que distingue sus rasgos esenciales, y aunque no los comprende del todo siente que es una intimidación del poder y reacciona dándonos en nuestra investigación las siguientes respuestas: Al preguntar ¿Qué recuerda de las elecciones de 2006? y dejando que respondiera abiertamente, la respuesta principal fue, tanto en 2006 como para 2011: “Fraude y controversias” (Tabla 4), Respuesta que al ser señalada por el 46 por ciento en 2011, y 34.25 en 2006, es decir, el transcurso de los años hizo que se visualizara a este hecho como más dudoso, de mayor conflicto y mayor importancia en términos de que fue un proceso impregnado de irregularidades en lo general. En lo particular, analizando la misma variable sin codificar, es decir, algunas de las respuestas que se reunieron para conformar el código de análisis encontramos: “Resultados fraudulentos” como la más alta, seguida de “Fueron muy cerradas” y “Propaganda y publicidad violenta”.

Del mismo modo, al analizar los valores de la gráfica 6 que hacen referencia directa a “Hubo guerra sucia en las elecciones de 2006”, la respuesta es de 83.8% mostrando estar de acuerdo. También así resulta en el ítem: “El IFE con su indiferencia apoyó a la guerra sucia entre los partidos” De nuevo, la población de la muestra respondió estar de acuerdo con un 82.3 por ciento.

Conviene traer de nueva cuenta los señalamientos de Sartori (1987, p. 26) al referirse al concepto de democracia real y al de democracia ideal, ello a fin de situar algunos elementos que podemos percibir en nuestro estudio que pertenece al orden de esta discusión teórica y que aplicada a la realidad social podemos derivar en algunas conclusio-

nes. Muchas de las respuestas acerca de la inconformidad mostrada a las instituciones electorales y otros órganos de gobierno, nos permite identificar y reconocer ese sentir como contrario y opuesto a un ideal colectivo y que no siempre es manifiesto, en este caso referido a la democracia ideal y que en términos concretos se refleja en la tabla 10, modelo construido a partir de los datos de las gráficas 7 y 9.

De acuerdo a los resultados manifestados aquí, la legitimidad de la elección presidencial de 2006 quedó en duda, principalmente porque la autoridad electoral (IFE y TRIFE), se comportó de manera poco transparente. Ello coincide con otros estudios que han abordado el problema desde varias perspectivas, como es el realizado por Monsiváis (2009, p. 103), donde la crisis de la legitimidad de la democracia en México, tiene sus orígenes en los resultados y la justificación que se hace de ellos son poco convincentes. Y agrega que el IFE llegó al proceso electoral del 2006 con un déficit de credibilidad. Durante y después de la contienda, consiguió disminuir todavía esa credibilidad. Los consejeros, principalmente a través de su presidente, se mostraron titubeantes e indecisos en momentos álgidos de campaña. Una vez que se realizaron los comicios, teniendo como resultado un empate –para fines prácticos- también cometieron errores de comunicación e información pública que hiciera pensar que sus juicios y acciones pretendían favorecer al candidato del gobierno. La situación política que resultó de los comicios, y diversas corrientes de opinión pública no parece darles la razón (Monsiváis, p. 103). Los resultados mostrados en nuestra investigación también así lo afirman.

Tabla 10

Democracia en México

Democracia real

Democracia ideal

• En los periodos electorales y elecciones. Medios de comunicación. (Construida a partir de los resultados de la grafica 5).

• De los órganos reguladores y calificadores de las elecciones, IFE, TRIFE. (Construida a partir de los resultados de la grafica 6).

• Ciudadanos en periodos electorales. (Construida a partir de los resultados de la grafica 8).

• Medios que actúan con parcialidad, que evidencian sus tendencias políticas y promueven a sus candidatos.

• Medios que no restringen sus contenidos por valores sociales y morales, degradando la imagen de los contrincantes por el pago económico recibido.

• Después de las elecciones se olvidan de estas y no se habla de temas electorales ni de la importancia de la participación ciudadana. Hay una tendencia de generar olvido colectivo por omisión

• Poca o nula contribución directa al sistema democrático.

• Elecciones de dudosa transparencia.

• El IFE no promueve la democracia.

• Actuación del TRIFE influenciada por la voluntad del gobierno. A pesar de que la ley establece independencia.

• Actuación del IFE de manera deshonrada, antes, durante y después de las elecciones.

• El IFE actuó con indiferencia ante los ataques (guerra sucia) de los partidos.

• El enorme presupuesto a los partidos en campaña otorgado por el IFE no garantizó la transparencia en las elecciones.

• Baja participación en elecciones, voto condicionado por dadas, acarreo a mítines y a elección.

• Medios imparciales, creíbles y capaces de supeditar sus intereses a los de la información verídica, sin manifestar preferencias a candidatos o partido.

• Medios sujetos a la regulación legal vigente, pero además, apegados a principios éticos manifiestos.

• Promoción de los valores cívicos y ciudadanos, la importancia de la participación política y la expresión de problemas sociales inconformidades.

• Regulación de los medios para que permitan la libre y plural expresión y contribuyan verdaderamente a la democracia.

• Elecciones limpias

• Clara actuación del IFE, capaz de promover la democracia.

• El Tribunal Federal Electoral debe ser independiente de influencias externas y sujetarse a los códigos que le corresponden.

• Actuación honesta del IFE.

• Actuación reguladora de los contenidos propagandísticos de los partidos y control y sanción de la violencia en estos.

• Regulación de los recursos a partidos en campaña y su aplicación adecuada durante estas y en los comicios.

• Participación voluntaria y responsable en elecciones. Información responsable. Amplia participación ciudadana.

Pero si a estos resultados agregamos el factor tiempo transcurrido de la elección a la de la aplicación de nuestro instrumento, entonces el factor memoria le da otro sentido, el

que nos permite comprender que los recuerdos del proceso electoral de 2006 son aún más complejos y estructurados que el de una simple opinión de tiempos electorales, y que su permanencia esta estrechamente vinculada a la interacción de los grupos y condiciones que dan pie y fortalecen dichos recuerdos.

Continuando con el esquema de análisis iniciado en torno a la democracia real e ideal, y su posible vinculo con los procesos de la memoria colectiva, proponemos la siguiente tabla elaborada en base al esquema mostrado por Hernández (2011 p. 54), del cual se tomaron algunos elementos de su estudio, para postular de acuerdo a los resultados encontrados en nuestra investigación, otras categoría de democracia ideal y real, así como otros referentes indirectos en la siguiente tabla.¹⁹

¹⁹ Las categorías marcadas en negritas en la tabla 11 corresponden a las propuestas de Hernández, (2011, p. 45). Todos las demás categorías fueron construidos en base a los resultados contenidos en las gráficas diversas ya mostradas en el capítulo anterior y otros referentes sociales.

Tabla 11

Democracia en México	Democracia real	Democracia ideal
<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones Generales 	<ul style="list-style-type: none"> • Un Estado débil y sometido a las políticas externas y del capital • Una economía desigual, sin distribución equitativa de sus riquezas. • Una sociedad consumista-despolitizada • Política en manos de una clase que excluye a las mayorías a la participación. • Educación de bajos niveles académicos y de escolarización. • Un sistema de salud inequitativo, sin prevención y atención pública. • Un estado que importa sus alimentos y sin alternativas para las actividades del campo. • Una justicia desigual, altos niveles de corrupción y violatoria de los derechos humanos. • Discriminación de los valores de identidad propios e indígenas, promotora de una cultura basada en el consumo e ideas relacionadas al dinero. Promoción de cultura elitista. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un estado regulador, mediador y negociador entre la sociedad. • Una economía competitiva, con salarios competitivos y menor concentración de la riqueza en pocas manos. • Ciudadanía Responsable conciente. • Los ciudadanos participan activamente en los procesos políticos en varios escenarios pacíficamente. • Educación de alto nivel educativo y gratuito. • Un sistema de salud eficiente, que contemple la prevención y cobertura universal de sus servicios. • Un estado que aliente la producción de alimentos y actividades rurales. • Un sistema de justicia equitativa, que no permitiera influyentismos y corrupción, salvaguarda de los derechos humanos. • Promoción de la cultura en sus expresiones más accesibles a todos los habitantes, que surja de una identidad propia.
<ul style="list-style-type: none"> • En televisión 	<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos con valores degradantes, sometidos a intereses comerciales e ideológicos. • Empresarios de la Televisión con poder político capaces de subordinar a los poderes constitucionales. • Empresarios de la televisión como los hombres de mayor riqueza económica. • Empresarios de la televisión con poder ideológico al difundir programación conveniente al interés de los anunciantes y de ellos mismos. • Medios que actúan con parcialidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Contenidos que expresen las voces de los diversos pueblos del país y dediquen tiempos a la difusión de su cultura. • Mayor pluralidad, diversidad y competencia en los medios. • Empresarios que se sujeten a la regulación del Estado. • Mayor espacio para la discusión de temas de impacto público. • Medios responsables de la información.

Este esquema, sólo nos habla de algunas de las condiciones prevalecientes a que nos referíamos al inicio de esta discusión. Ahora la proponemos como un modelo de referencia a los elementos de la realidad social actual y que pensamos influyen en los procesos descritos, así como en varios procesos colectivos en los que se incluye la memoria y el olvido. Desde luego que el esquema no está terminado y se pueden desarrollar ciertas áreas de interés que contrasten los aspectos de la democracia real y la ideal. Pero nos ayuda a comprender, junto de los resultados presentados, la manera en que la realidad es un elemento donde la interacción social cobra vigencia, así como la posibilidad de adentrarnos desde varias perspectivas a ella.

10. Conclusiones

A manera de conclusión, podemos observar que a pesar de los fuertes recursos propagandísticos de las campañas de desprestigio realizadas en el proceso electoral de 2006, un porcentaje considerable de la muestra no creyó del todo en sus contenidos y se dio cuenta de su intención. Afirmar la existencia de dichos contenidos y atribuirle falta de voluntad o incapacidad al IFE para resolver este conflicto es percibido claramente. De igual modo, la conciencia de haber vivido una elección fraudulenta, es manifiesta y ampliamente compartida por esta población, y seguramente por un sector más amplio de la sociedad. Lo cual está de acuerdo con lo encontrado por Moreno (2003) en el sentido de que no todo lo que la gente mira en televisión durante los procesos electorales, lo cree o toma como verdad absoluta.²⁰

Si bien, la comunicación pública pone en marcha procesos en las colectividades que se traducen a consensos y disensos, influye directamente en la construcción de la sociedad y por tanto, de la democracia. Ello está estrechamente vinculado con el Estado y quienes poseen los medios de comunicación, propiciando una relación en la que en los últimos tiempos hemos visto el sometimiento del Estado por los medios. Ello no es gratuito, pues a través de los medios masivos de comunicación es que actúan de manera incisiva los capitales monopólicos nacionales y extranjeros que marcan las pautas de las principales fuentes de dominación, a través de la compra de publicidad, determinando los contenidos a transmitir, etc. (Fernández, 1982, p. 97). Ello impone un vínculo con una clase dominante que interviene para entender el problema de la falta de información útil a la sociedad telespectadora. Ello reditúa en parte de otros procesos socializantes, de lo que decimos son la falta de conciencia política de la sociedad.

Las nuevas políticas neoliberales, surgidas también de este dominio hegemónico de los grandes capitales del mundo, han sometido al Estado al regular las políticas en materia

²⁰ En México, durante la temporada electoral de 2000 y de acuerdo con las encuestas del diario *Reforma* "Al menos una quinta parte del electorado se entera de la política en televisión, pero no cree lo que ve y escucha" (Moreno, 2003. p. 196)

de comunicación a su favor, e incluso a la toma de decisiones tan importantes en los procesos democráticos de muchas naciones, la nuestra no escapa a ello. Pero en México, la televisión siempre ha sido una aliada al régimen, pues siempre fungió como vocero oficial de éste, y el gobierno recompensaba con prebendas como concesiones y sobre todo, mantenerle su carácter monopólico. (Fernández, 1982, p. 87). Ya hemos descrito con anterioridad, como el presidente Miguel Alemán apoyo a la formación de la empresa Televisa y su hijo formó poco tiempo después, parte de su comité directivo y socio de la misma.²¹

Pero sin duda, este apoyo del gobierno se ha convertido en el otorgamiento de un gran poder en el que diversos autores ya han hecho referencia, así Sartori lo califica de Videocracia, atribuyéndole la capacidad de fabricar una opinión solidamente heterodirigida que aparentemente refuerza, pero que en sustancia vacía, la democracia de opinión (Sartori, 1997, p. 72). Esta, la democracia de opinión ideal, es para el autor un gobierno guiado y controlado por la opinión de los gobernados (Sartori, 1997, p. 69).

El Instituto Federal Electoral y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, fueron concebidos como órganos independientes del poder ejecutivo para posibilitar una actuación imparcial y que alentara el proceso democratizador surgido del reclamo de la sociedad a partir de los hechos del 68. Así nos lo hace ver, uno de sus creadores José Woldenberg (2006), quien además nos señala la existencia de “un cambio democrático que transita de una formula autoritaria a otra de carácter democrático de manera institucional, gradual, con una serie de reformas sucesivas”. (p. 15). Más adelante nos dice para explicar esto, que “El viejo presidencialismo vertical y autoritario desapareció con este proceso de cambio que fortaleció e independizó a otros poderes e instituciones. Este proceso de autonomización de los diversos actores de la política es fruto y acicate del proceso democratizador” (p. 18).

El Instituto Federal Electoral fue creado entonces para ofrecer a la sociedad los marcos regulatorios en materia de validez y legitimación de los procesos electorales en México, dentro de los cuales caen los medios de comunicación, el IFE es también quién califica

²¹ Ver punto 6.3: *Historia breve de las elecciones en México* (p. 67).

las elecciones federales, tal como la de Presidente de la República, y otorga prerrogativas y recursos a los partidos durante las campañas, además de regular los contenidos de la propaganda electoral. Pero es claro, que hay una deuda hacia la sociedad con respecto al papel, tanto del IFE, como del TRIFE en relación a la campaña de 2006, su calificación y regulación de propaganda hacia la sociedad, al menos eso dejan ver claramente los resultados de esta investigación.

Un sistema democrático se establece como resultado de presiones deontológicas, es decir del “discurso sobre *lo que debe hacerse*”. Lo que la democracia sea no se puede separar de *lo que debiera ser*”. Es decir, lo que la democracia debería ser de manera ideal, no como algo lejano u utópico, sino como la posibilidad de construcción a través de los procesos de participación ciudadana y la aplicación de las leyes que muchas veces ya existen y tienden a facilitar los procesos democratizadores. Leyes que en su esencia corresponden a valores sociales conquistados a través de una larga evolución de la sociedad. Y aunque estos valores existan, la confrontación de estos valores y los hechos, posibilita un estado cambiante y dinámico, con una democracia que se mueve, en el mejor de los sentidos, hacia los valores más humanos y desprovistos de conveniencias para alguno de los sectores de la sociedad. Dice Sartori (1987, p. 27) que hay que tener en cuenta que a) el ideal democrático no define a la realidad democrática y viceversa. Una democracia ideal no es ni puede ser una democracia real, y b) que la democracia resulta de, y conformada por, las interacciones de sus ideales y su realidad, el empuje del *deber* y la resistencia del *es*.

La memoria y el olvido son fenómenos asociados a diversos procesos sociales, aquí se hace patente que los acontecimientos relacionados a la elección presidencial de 2006, permanecen en forma de recuerdos a través de los años, y seguramente persistirán mientras que los grupos humanos que presenciaron estos acontecimientos sigan vivos. El gran poder de persuasión de los medios de comunicación electrónicos, a través del manejo emocional de imágenes y mensajes en esta campaña política en particular, hace evidente que contribuyeron a que este proceso político permanezca en la memoria y sea un referente para otros procesos similares. Al tiempo que la población los recuerda y logra hacer mantener la memoria colectiva de algunos de estos mensajes y sus

efectos.

De manera contundente, las elecciones en México han sido cuestionadas históricamente y hemos presentado algunos datos a partir de 1900 que nos hacen comprender mejor la desconfianza de la población en las elecciones, pero contradictoriamente, la memoria social comparte la esperanza de varios momentos de suma importancia política en la historia de México que han llevado a mantener un ideal de democracia, pese a las experiencias recientes.

La democracia siempre será mejorable, porque el sentir de la población exigirá nuevos retos y rumbos, porque las corrientes de pensamiento, los diversos intereses sociales y económicos, las instituciones que conforman al país, siempre podrán ser susceptibles de mejorar y de transformarse para ofrecer a la sociedad respuesta.

De manera adicional, Dussel en su tesis 8 (2006) nos dice que la opinión pública pertenece a las esferas de la legitimidad de la democracia, penetrando la totalidad del cuerpo político, la cual no puede dejarse “sin reglamentar jurídicamente en manos de las transnacionales privadas del «negocio» de las noticias y la «diversión»”. Agrega que “la política es ejercida como «espectáculo» y no como «participación» ó como «cultura». En la que no educar al pueblo, es la corrupción política de la información a la que nos conduce la medio-cracia (el poder fetichizado del dinero penetra todos los intersticios de los sistemas políticos, invirtiéndolo: poniéndolo al servicio del poder como dominación”. (Dussel, 2006, p. 47). Nosotros agregamos que la opinión a que se refiere Dussel está impregnada de memoria social que interactúa por intrincados caminos con las instituciones públicas y privadas. Dotando a la sociedad de herramientas inusitadas y adquiridas a través de las experiencias no tan lejanas de los grupos sociales de los que provenimos.

El que recuerda tiene la capacidad de reconstruir los pasajes históricos aprendidos a través de libros, narraciones, charlas con maestros, intelectuales o familiares, que son también constructores de la realidad social colectiva. También el que recuerda ha convivido con determinados grupos en los que el recuerdo es aún importante. El pasado y

el presente, conviven de manera armónica en una identidad que aporta una visión de quién soy, de dónde vengo, a qué cultura pertenezco, a qué valores me adhiero.

Entonces cobra sentido la categoría para el ser humano de *heredero*, de ser colectivo, de pertenecer a comunidades de memoria señalado por Duch y Mëlich (2009, pp. 98-99) en el seno de una determinada tradición cultural, -nosotros agregaríamos; “y política”- en la cual el hecho de recordar constituye el autentico motor para proyectarse hacia el futuro. Porque nos ubica con las herramientas pasadas en el aquí y ahora, para actualizar nuestra interacción con la realidad, encaminándola hacia el futuro en forma de alternativas posibles y viables. Por ello creemos que la historia reciente nos coloca en la vertiente de escoger entre una de las partes de este país dividido en dos: uno que recuerda y otro que olvida.

11. Bibliografía

Aboites, A. L. (2008). El Último Tramo, 1929 - 2000. En Escalante, G. P., García, M. B, Jáuregui, L., Vázquez, J. S., Speckman, G. E., Garcíadiego, J. & Aboites, A. L. (Eds.), Nueva historia mínima de México Ilustrada. (pp. 469-538). México: El Colegio de México.

Berger, P.L., & Luckmann, T. (2005). La construcción social de la realidad, Buenos Aires: Amorroutu.

Blanquel. E. V. (1973). La Revolución Mexicana. En Historia mínima de México. Cosío V.D., Bernal I., Moreno T.A., González L., Blanquel E. & Meyer L. (Eds.), México: El Colegio de México.

Botero, M. (2006). Teoría de Públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación. Colombia: Universidad de Medellín.

Chihu, A. A. (2010). El Framing del Spot Político. México: Universidad Autónoma Metropolitana - Porrúa.

Chomsky, N. & Herman, E. S. (1988). Los Guardianes de la Libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas. Barcelona: Grijalbo Mondadori.

Chomsky, N. (1990) El Miedo a la Democracia. Barcelona: Crítica.

Chomsky, N. (1991, 2007). Ilusiones Necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas. Argentina: Caronte.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 5 de febrero de 1917, TEXTO VIGENTE Última reforma publicada DOF 25-06-2012. Recuperado de: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>

Cosío, V.D. (1972). El Sistema Político Mexicano. Las posibilidades de cambio, Austin Texas, University of Texas.

Cozby, P. C. (2001). Métodos de Investigación del Comportamiento. México: Mc Graw-Hill Interamericana.

D'Adamo, O., García, B. V. & Montero, M. (1995). En Introducción. D'Adamo, O., García, B., V. & Montero, M. (Eds.), Psicología de la Acción Política (pp. 9-20). Buenos Aires: Paidós.

D'Adamo, O. & García, B. V. (1995). Actitudes hacia la democracia: del modelo clásico liberal a las nuevas democracias participativas. En D'Adamo, O., García Beardoux, V, Montero, M. (Eds.), Psicología de la Acción Política (pp. 79-90). Buenos Aires: Paidós.

Duch, L. & Mëlich, J. (2009). Ambigüedades del Amor. Antropología de la vida cotidiana 2.2. Madrid: Trotta.

Dussel, E. (2006). 20 Tesis de Política. México: Siglo XXI.

Durand Ponte, V. M. (1993/2001). Ciudadanía y Cultura Política. México: Siglo XXI.

Fazio, C. (2012). La Guerra Imperial y Desinformación. La mentira del Pentágono como arma de guerra. Manuscrito de trabajo en la Maestría en Derechos Humanos. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Fernández, C. F. (1982). Los Medios de Difusión Masiva en México. México: Juan Pablos Editores.

Fernández, C. F. (2000). El Tigre: Emilia Azcarraga y su imperio Televisa. México: Grijalbo.

Fernández, C. P. (2004). *La Sociedad Mental*. Barcelona: Antrhropos.

Fernández, C. P. (1994). *El espíritu de la calle. Psicología política de la cultura cotidiana*. Barcelona: Anthropos.

Fernández, C. P. (2006). *El concepto de Psicología Colectiva*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Florescano, E. (2012). *La Función Social de la Historia*. México: Fondo de Cultura Económica.

Florescano, E. (1999). *Memoria Indígena*. México: Taurus /Alfaguara.

Freidenberg, F & Onzales Tule, F. (2009). *Estrategias partidistas, preferencias ciudadanas y anuncios televisivos: un analisis de la campaña electoral mexicana de 2006*. Recuperado de http://works.bepress.com/flavia_freidenberg/50.

García, B. V. & D'Alamo, O. (2006). *Comunicación Política y Campañas Electorales: Análisis de una Herramienta Comunicacional: El Spot Televisivo*. POLIS UAM-I, 2/Vol 2, Número 002. 81-111.

Gaytán, A. F. (2006). *Elección Presidencial en México: Los medios, arena político-electoral*. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, No. 95.

Glockner, J. (1996). *Los Volcanes Sagrados: Mitos y Rituales en el Popocatepetl y la Iztaccíhuatl*. México: Grijalbo.

Gómez, T. S. (1986). *Democracia y Poder en México: el significado de los fraudes electorales en 1979, 1982 y 1985*. *Nueva Antropología*, Vol. IX, No. 31, 127-157.

Gutiérrez, S. (marzo de 2007). La Construcción de la Imagen de López Obrador en los *Spots* de sus Adversarios. *Cultura y representaciones sociales*, Instituto de Investigaciones Sociales UNAM, Año 1, núm. 2, pp. 31- 54. Recuperado de: www.culturayrs.org.mx/revista/num2/Gvidrio.htm

Habermas, J. (1962). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Barcelona: Gustavo Gil.

Halbwachs, M. (1924/2011). *Los Marcos Sociales de la memoria*. Madrid: Anthropos Editorial.

Halbwachs, M. (1968/2004) *La Memoria Colectiva*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.

Herrera G. & Soriano M. (2004). *La Teoría de la Acción Social en Erving Goffman*. Papers No. 73. 59-79.

Hernández, J (2011). *Estado Democrático vs. Televisión. El comportamiento de Televisa y tv Azteca en la aplicación del nuevo modelo de comunicación política en las elecciones de 2009. (Tesis de Maestría)*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México.

IFE 2006. *Resultados del computo final del Tribunal Electoral del Poder Judicial de La Federación*. Recuperado de www.ife.org.mx/documentos/Estadisticas2006/president/nac.html

Infante, J. M. (agosto-diciembre 2005). *Elecciones en México: restricciones, fraudes y conflictos*. CONfines, México. 65-78.

Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. (vigente al 4 de junio de 2012). recuperado de <http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/9/27.htm?s=>

James, C.L. (1938/2000). *Los Jacobinos Negros. Toussaint L'Ouverture y la Revolución de Haití*. Buenos Aires: Filial Argentina de Fondo de Cultura Económica,.

Javiedes, M. (2004). Actitud y Pensamiento. En J. Mendoza, y González, M. (Eds.), *Enfoques contemporáneos de la psicología social en México*. (pp. 365-405). Madrid: Porrúa.

Jiménez, G. (2002). Consecuencias del TLCLAN en el sector agrícola mexicano. (Tesis de Licenciatura), Facultad de Ciencias Políticas. Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Juárez, G. J. (Septiembre / Diciembre de 2007). Las elecciones presidenciales del 2006 a través de los spots de campaña. *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad* Vol. XIV No. 40. 63-95.

Likert, R. (1932). "The Method of Constructing an Attitude Scale" en M. Fishbeint, 1967. *Readings in Attitud Theory and Measurement*. (pp. 90-107). New York: John Willey & Sons. Inc.

López-Austin, A. (1995). *Tamoanchan y Tlalocan*. México: Fondo de Cultura Económica.

Maquiavelo, N. (1962). *El Príncipe*. España: Edima.

Mendoza, J. (otoño 2005). Exordio a la Memoria Colectiva y el Olvido Social. *Athenea Digital*, número 008, pp 1-26. Recuperado de psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/217

Mendoza, J. (2001). Memoria Colectiva. págs. 67-125. En: *Significados Colectivos: Procesos y reflexiones teóricas*. González. M. y Mendoza J. (compiladores). 2001, CIIACSO e ITESM. México.

Mendoza, J. (2007). Memoria Colectiva y Olvido Social. En *tratado de psicología social. Perspectivas socioculturales*. Aguilar, M. A. & Redd, A. (Eds.), México: Anthropos-Universidad Metropolitana.

Mendoza, J. (2007). Reconstruyendo la guerra sucia en México: del olvido social a la memoria colectiva. Revista electrónica de psicología política. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/repp/v5n15/v5n15a10.pdf>

Meyer, L. (2007). El Espejismo Democrático. De la euforia del cambio a la continuidad. México: Océano.

Monsiváis, A. (2009). La legitimidad de la democracia en México: el rol de las justificaciones públicas del ejercicio del Gobierno. En Cultura y participación ciudadana, Chávez C. J. & Castro G. M. (Eds.), (pp. 91- 109). México: UNAM, Centro de Estudios de la Mujer y Porrúa ediciones.

Moreno, A. (2006). El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conducta electoral. México: Fondo de Cultura Económica.

Muñoz, R. (2010). La prensa como agente socializador en procesos electorales: las elecciones de 2006. (Tesis de Licenciatura). Facultad de Psicología, UNAM, México.

Obscura, S. (marzo 2009). Identidad e imagen en los spots de la campaña presidencial mexicana de 2006. Cultura y representaciones sociales, revista electrónica de ciencias sociales, Instituto de Investigaciones Sociales UNAM, Año 3, núm. 6, pp. 73-99. Recuperado de <http://www.culturayrs.org.mx/>

Ortiz H. G. (2006). El color de los candidatos. México: Toma y lee editorial.

Ortiz, H. G. (2008). Memoria y olvido colectivo en un proceso político. Investigación y programa de Servicio social. CLAVE: 2008-12/23- 926 Facultad de Psicología, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Salazar, R. (2008). Entre cuñados y chachalacas. El impacto electoral de los mensajes negativos en la elección presidencial mexicana de 2006. Documentos de trabajo, Documento preparado para el proyecto sobre la reforma electoral de 2007. Coords: F. González, B. F. & Medina, T. L. Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Sánchez, E. (Septiembre-abril 1991). Hacia una cronología de la televisión mexicana. *Revista Comunicación y Sociedad*, núm. 10-11. pp. 263-265. Departamento de Estudios de la Comunicación Social, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades Universidad de Guadalajara, México.

Sánchez, S. (1996). *Los Medios de Comunicación y los Sistemas Democráticos*. Barcelona: Marcial Pons.

Sartori, G. (1988). *Teoría de la democracia. El debate contemporáneo*. Barcelona: Alianza Universidad.

Sartori, G (1997). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. México: Taurus.

Servín, E. (Primavera de 1999). El Movimiento Henriquista y la reivindicación de la Revolución Mexicana. *Desacatos, CIESAS. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores Antropología Social No. 1*. Recuperado de redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=13900111

Servín, E. (2001). *Ruptura y oposición, el movimiento henriquista. 1945-1954*. México: Cal y Arena.

Trejo, D. R. (April-June 2006). Cuatro mitos sobre comunicación y política. Publicado como "Votes, the Media and Campaigns. Four Myths About Communications and Politics". *Voices of Mexico*. CISAN, UNAM, Issue 75. Recuperado de http://www.ciesas.edu.mx/desacatos/01%20Indexado/Esquinas_3.pdf

Woldenberg, J. (2006). Los retos de la política de hoy, en *Los desafíos del presente Mexicano*. Toledo, F. Florescano, E. & Woldenberg, J. (Eds.), México: Taurus.

Wolf, M. (1979/1982). *Sociologías de la Vida Cotidiana*. Madrid: Cátedra.

12. ANEXOS

12.1 Anexo 1. Instrumento

Agradecemos su participación en la investigación Memoria y Olvido Colectivo de las Elecciones Presidenciales 2006 que se está llevando a cabo en la UNAM.

Le recordamos que puede contestar con absoluta libertad, ya que el cuestionario es anónimo y las respuestas se analizarán de manera colectiva.

Los nombres de los candidatos fueron:

PRI _____
PAN _____
PRD _____
VERDE ECOLOGISTA _____
CONVERGENCIA _____
NUEVA ALIANZA(PANAL) _____
PARTIDO DE LOS TRABAJADORES _____
PARTIDO ALTERNATIVA SOCIAL DEMOCRÁTICA Y CAMPESINA (PASDC) _____

¿Qué recuerda usted de las elecciones?

¿Cuál es el spot televisivo relacionado con las elecciones que más recuerda?

¿Cuál fue el papel del presidente Fox Quesada en las pasadas elecciones presidenciales?

Indique con el número 1 el más importante el 2 con el que le sigue y así sucesivamente.

Cuales son, en su opinión, los CINCO aspectos más negativos de las elecciones presidenciales del 2006.

- () Spots televisivos.
- () La actuación del TRIFE.
- () El papel desempeñado por el IFE.
- () El triunfo cuestionado de Calderón.
- () La lucha por el poder.
- () La campaña de AMLO.
- () La campaña de Calderón.
- () La campaña de Madrazo.
- () Los plantones.
- () La participación de la iglesia.
- () Los comentarios de Vicente Fox.
- () El nombramiento de presidente legítimo por AMLO.
- () La participación de los extranjeros en el proceso.
- () El excesivo uso de las encuestas.
- () El papel protagónico de los medios de comunicación.

Volvería a participar en las elecciones

Si () No ()

Indique con el número 1 el más importante el 2 con el que le sigue y así sucesivamente.
(En caso de haber respondido negativamente la pregunta anterior NO debe llenar esta)

¿Por cuáles de las siguientes razones consideraría volver a votar?

- () Es un derecho y obligación de los mexicanos
- () Me preocupa quién gobernará el país
- () Porque México es un país democrático
- () Para hacer valer mi voto
- () Para que la situación en el país mejore en un futuro

Marque para cada afirmación con una cruz (X) la valoración que le otorgue, de acuerdo a su elección.

Las elecciones fueron limpias.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

López Obrador fue quien ganó las elecciones.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Felipe Calderón es el presidente electo.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Tuve sentimientos de desilusión después de las elecciones

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Los resultados de las elecciones me generaron dudas.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Me sentí decepcionado de la parcialidad de las instituciones encargadas del proceso electoral.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La diversidad de resultados de las encuestas confundió al electorado.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Fue creíble el anuncio de las manos limpias de Calderón.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La propaganda electoral saturó a los medios de comunicación.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

El papel de los medios fue parcial en la difusión de las campañas.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Los ciudadanos emitieron su voto sin conocer y analizar las propuestas de los candidatos.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Fue creíble el anuncio de que López Obrador era un peligro para la Nación
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Las elecciones fueron influenciadas por el Gobierno Federal.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Hubo guerra sucia en las elecciones.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La participación de la iglesia en las elecciones fue relevante.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Felipe Calderón fue el candidato apoyado por Vicente Fox.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

El contenido de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación generó dudas
en los votantes.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La falta de transparencia del gobierno de Fox influyó en el resultado final de las elecciones.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

El IFE apoyó con su indiferencia la guerra sucia entre los partidos.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

El IFE actuó en forma deshonrada antes, durante y después de las elecciones.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La actuación de Felipe Calderón en los debates lo ayudó en las elecciones.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La resistencia civil de López Obrador fue bien aceptado por el pueblo.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Tuvo consecuencias negativas al PRI el haber expulsado a Elba Esther Gordillo.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La ausencia de López Obrador en el primer debate, le restó votos.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La propaganda televisiva del PAN provocó que López Obrador se viera como
un peligro para México.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Los medios perdieron credibilidad después de su papel en las elecciones.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La actuación del TRIFE se vio influida por el gobierno Federal.
Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Un conteo voto por voto hubiese esclarecido el resultado de las elecciones.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La actuación del IFE en las elecciones demostró que no promueve la democracia del País.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

El enorme presupuesto utilizado en las campañas no garantizó la transparencia de las elecciones.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Los plántones afectaron profundamente a la sociedad.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La diferencia tan pequeña de votos entre Calderón y López Obrador generó inconformidad con los resultados entre los ciudadanos.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

La experiencia del proceso electoral generó en los ciudadanos una actitud de mayor vigilancia a las instituciones.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Después de las elecciones los medios de comunicación dieron preferencia a otros temas y dejaron de hablar de las ilegalidades cometidas durante el proceso.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

A partir de los resultados electorales los medios han restringido los espacios para la libre expresión de las posturas políticas.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

El partido político que se encuentra en el poder no está interesado en que se recuerden los hechos acontecidos durante el proceso electoral.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Las acciones que está llevando a cabo actualmente López Obrador permiten recordar los sucesos acontecidos en las elecciones del 2006.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Es mejor olvidar las elecciones pasadas.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Los mexicanos debemos recordar las elecciones del 2006 para no cometer los mismos errores.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

El papel de los medios se debe reglamentar para que contribuyan al tránsito de la democracia en el país.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Para las próximas elecciones tendremos que exigir mayor conocimiento y civilidad a nuestros Diputados y Senadores.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Los ciudadanos debemos tomar una postura activa con información y participación en los procesos electorales.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Los ciudadanos debemos exigir al IFE mayor atención a la educación para la democracia.

Totalmente de acuerdo () de acuerdo () en desacuerdo () totalmente en desacuerdo ()

Coloque el NÚMERO correspondiente a cada candidato en los paréntesis, de acuerdo a las propuestas que crea que utilizaba en su campaña.

¿Cuál de los candidatos mencionaba cada una de las siguientes propuestas dentro de sus campañas de promoción política?

- | | |
|--|---|
| [1] CONVERGENCIA | () Abriría el FOBAPROA. |
| [2] PAN | () Mantendría y daría continuidad a los programas sociales Progreso y Oportunidades. |
| [3] PANAL (Partido Nueva Alianza) | () A favor del aborto y la eutanasia. |
| [4] PASDC (Partido Alternativa Social) | () Haría una reforma fiscal sin IVA a alimentos ni medicinas. |
| [5] PRI | () Soluciones para la inseguridad basadas en el bienestar social y la creación de nuevos empleos. |
| [6] PRD | () No privatizaría ni la educación, ni la seguridad social, ni el petróleo, ni la industria eléctrica. |
| [7] PT (Partido de los Trabajadores) | () Trabajaría para la creación de empleos y así erradicar la migración. |
| [8] PVEM (Partido Verde Ecologista) | () Buscaría la construcción de una nueva forma de hacer política. |

En las dos preguntas siguientes, indique con el número 1 el más importante el 2 con el que le sigue y así sucesivamente.

¿En qué actividades participó usted en las elecciones de 2006?

CONTESTÉ SÓLO AQUELLAS EN LAS QUE HAYA PARTICIPADO.

- () Asistí a reuniones de información.
- () Asistí a mítines con el candidato.
- () Repartí propaganda entre amigos.
- () Fui representante de u observador de casilla.
- () Me mantuve informado.
- () Voté.

**¿Con quiénes platicó o se informó para decidir su voto?
CONTESTÉ SÓLO EN AQUELLAS CON QUIÉN HAYA TENIDO CONTACTO**

- () Su familia.
- () Amigos y/o pareja.
- () Sus compañeros de trabajo.
- () La información de los periódicos.
- () Los anuncios de la televisión.
- () Propaganda de los partidos.
- () Internet.
- () Viendo los debates.

Votó si () no () ¿Por qué? _____
¿Por quién? _____

Datos Generales

Edad _____ Estado Civil _____ Sexo: M () F ()
Ocupación _____ Nivel de estudios _____
Lugar de residencia _____

Muchas gracias por su participación.

12.2 Anexo 2

Sección adicional en instrumento, aplicación 2011

¿Cuál es la propuesta que más recuerda del candidato por el que votó?

¿El candidato ganador cumplió sus promesas? Si () No ()

¿Cuáles si? _____

¿Cuáles no? _____

¿Piensa votar en 2012? Si () No ()

¿Porqué? _____

12.3 Anexo 3

Categorías para codificar las respuestas dadas de preguntas abiertas (sección 2)

¿Qué recuerda de las elecciones?

(1) FRAUDE Y CONTROVERSIAS

Fueron muy cerradas
Controversias
Resultados fraudulentos
Mucho escándalo
Compra de votos
No hubo transparencia
Inconformidad de la gente
Gran revuelta
Tranza del PAN
Dudas y corrupción electoral
Impugnación del PRD
La democracia quedo marginada
Fueron un circo
Miedo
Robo de votos y de casillas
Petición de recuento voto por voto
Veredicto tardío de resultados electorales
Elecciones molestas
Problemas en Veracruz y Oaxaca

(2) GUERRA Y DIVISIÓN DE PARTIDOS

Desprestigio y agresión entre candidatos
Ataque a AMLO
La guerra entre el PRD y el PAN
Lucha /pelea por el poder
Guerra entre el PRD y el PRI
Guerra entre PRI y PAN

(3) IFE y TRIFE

Intervención del IFE
Intervención del TRIFE
Mala actuación del TRIFE
Mala organización
Recuento (conteo)parcial
Elecciones transparentes

(4) CALDERON

Triunfo de Felipe Calderón
Victoria del PAN debido ala actuación del PRD y su candidato
Presidente ilegítimo / espurio

(5) PROPAGANDA Y PUBLICIDAD

Spots con contenidos agresivos
Propaganda y publicidad fastidiosa
Campaña de miedo
Campaña de desprestigio / ataque
Videoescándalos
Trataban de convencerme en mi casa
Basura electoral
Gastos excesivos de campaña

(6) MANIFESTACIONES

Manifestaciones de AMLO y sus seguidores por
Inconformidad
Plantones
Marchas
Apoyo a AMLO por desafuero

(7) MEDIOS Y COBERTURA MEDIATICA

Hubo dos debates políticos
Mucha cobertura mediática
Las Encuestas
Manipulación de los medios de comunicación

(8) AMLO

AMLO asistió al segundo debate
AMLO se declaro ganador
Triunfo de AMLO
Falta de seriedad de AMLO
AMLO no asistió al debate en forma de
Protesta
Probable victoria de AMLO
Gran cantidad de seguidores de AMLO
No quería que AMLO fuera presidente
Viejitos
Que perdió AMLO
Que al parecer AMLO iba a aganar

(9) PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Voto sin información
Abstención
Poca participación electoral
No había por quien votar
Gran participación ciudadana
Elecciones Pacíficas
Había mucha expectativa de cambio

(10) POLARIZACIÓN DE LOS VOTANTES

Hubo dos candidatos fuertes
Tensión pre y post electoral entre la población
División ciudadana por posturas electorales

(11) MENTIRAS

Promesas incumplidas
Se preocuparon por agrandar a la gente y no
presentaron propuestas

(12) INTROMISIONES

Del gobierno de Fox
De la Iglesia
Intromisión empresarial
Elba Esther Gordillo

(13) PATRICIA MERCADO

Incursión de una mujer en las elecciones

¿Cuál es el spot que más recuerdas?

(1) PROTAGONISTA CALDERON

Por un México más seguro Felipe Calderón
Yo tengo las manos limpias
Los del PAN
Felipe Calderón el presidente del trabajo
Familia de Felipe Calderón
El PAN nos convenía más
Uno de Calderón
Acabar con el desempleo y la delincuencia

(2) ANTAGONISTA AMLO

AMLO es un peligro para la nación
Los del PAN contra el PRD
López Obrador defraudador
AMLO miente
Contra Obrador
Chachalaca
Peje con Bejarano
AMLO populista
Campaña de AMLO con Chávez
Del PRD con la avestruz, decía complot
Plantones de Obrador
AMLO demagogo

(3) PROTAGONISTA AMLO

Uno de AMLO
Por el bien de todos primero los pobres
AMLO con los viejitos
Del PRD
Voto por voto y llenaban el Zócalo
Campaña de AMLO
López Obrador la ciudad de la esperanza
AMLO en el Zócalo
Frijol en el arroz
Gallito feliz
AMLO contra los demás
AMLO ya ganamos
Honestidad valiente AMLO
Útiles escolares AMLO
AMLO presidente legítimo
Donde decía AMLO que hubo fraude
Estaríamos mejor con López Obrador

(4) ANTAGONISTA CALDERÓN

De ataque a Calderón
Spot del PRD manos sucias de Calderón
Obrador contra Calderón
PAN: mas de lo mismo
El cuñado incomodo
FOBAPROA Calderón

(5) PROPAGANDA IFE

IFE voto seguro y trasparente
Vota IFE
Tu voto cuenta
Voto libre y secreto
Luis Carlos Ugalde del IFE
Debate entre candidatos

(6) PROTAGONISTA NUEVA ALIANZA

Nueva Alianza
Nueva alianza con un gordo bailando
1 de 3 del PASCD

(7) PROTAGONISTA PRI

Jackson en una calle oscura diciendo que
México era más seguro
Madrazo exhibe unos delincuentes
Madrazo con su esposa
Del PRI
Secuestrador que se hace del baño
Madrazo sonando convincente
Accidente de los padres de Madrazo
Echarles tierra al PAN y al PRD
Uno de Madrazo

(8) ANTAGONISTA PRI

En contra de Madrazo y/ó PRI

(9) PROTAGONISTA PASDC

“Haz la diferencia” Patricia Mercad o

(10) TELEVISORAS E INICIATIVA PRIVADA

Programa de Adal Ramones
 Programa de Adela Micha
 Loret de Mola
 Corte informativo
 Del consejo coordinador empresarial
 Si no votas, no hables, no te quejes
 Dr. Simi
 No hubo fraude
 Debates
 El que no tranza no avanza con el niño bolero
 Comercial político de Jumex

(11) PROPAGANDA FOX

Amigos de Fox
 AMLO vs. Fox
 Hoy, hoy, hoy
 Seguro popular
 Informe de Gobierno de Fox

(12) DE DESPRESTIGIO

Agresiones entre candidatos
 PAN y PRI rateros
 Promesas no cumplidas

(13) PROTAGONISTA PVEM

Uno del Partido Verde Ecológico

(14) PROTAGONISTA CONVERGENCIA

Naranja, naranja, naranja

¿Cuál fue el papel de Fox?**(1) NEUTRAL**

Mantenerse al margen
 Que era presidente

(2) PARCIALIDAD

Apoyo a Calderón
 Apoyo al PAN
 Felicitar a Calderón cuando aún no había resultados definitivos

(3) DE ATAQUE

Ataques a AMLO
 Subestimo a otros partidos
 Provocó a los candidatos de oposición

(4) POSITIVO

Bueno
 Apoyó a todos los candidatos por igual
 Exhortaba al voto
 Dio de manera limpia y legal la presidencia
 Hizo democracia
 Promovió elecciones fueran justas
 Propuso pacto de tolerancia
 Votó
 Igualdad en sus discursos a hombres y mujeres
 Creo popularidad en su imagen
 Creó empresas en provincia
 Tenía buenas ideas pero no lo dejaron trabajar

(5) MANIPULACIÓN

Manipulación oculta/ títere
 Influyó a los medios de comunicación
 Intervino en las elecciones
 Abusó de su poder para manipular las elecciones y sus resultados
 Acción anticonstitucional
 Dejo participar a la iglesia

(6) FIGURA NEGATIVA

Cómplice de fraude electoral
 Enriquecerse él y a su familia
 Traidor a la Patria
 Comentarios poco críticos e incoherentes
 Promesas falsas / mentiras
 Figura de burla / idiota
 Corrupto
 Crear confusión en la gente
 Apoyó a Santiago Creel
 Protagonista
 Malo / Pésimo
 Ignorar problemas de Oaxaca
 Imprudente
 Aparentar ser neutral
 Pasivo / Ninguno
 Incapacidad para gobernar