



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

*Elecciones y crisis de representación en México:
análisis de las campañas de 2006, 2012 y 2018*

T E S I S

Que para obtener el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación con Especialidad en Comunicación Política

P R E S E N T A

Karla Yumirih Rangel Parra

ASESORA:

Dra. Carola García Calderón

Ciudad Universitaria, Ciudad de México, 2021



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

Llegar a la Universidad no es un paso simple, el camino está lleno de obstáculos que no están sólo relacionados con llegar a ser el mejor promedio, sino que repercuten directamente en nuestras vidas haciéndonos valorar cada momento que vivimos durante el recorrido; el primer agradecimiento que merece este trabajo es a mí misma, por darlo todo a pesar de las circunstancias, por tener el valor, la fuerza y la confianza para seguir. Después de todo, lo logré.

Quiero agradecer a quienes siempre se han mostrado orgullosos de mis logros y que, sin dudarlo depositaron su confianza en mí: a mi madre, Mayda, por ser fuerza, inspiración y recuerdo constante del motivo por el que tengo que salir adelante, a Edgar, mi papá, por acompañarme siempre en esta larga travesía en la que logré definir mi camino, a mí “huellitas” por darle luz y felicidad a todo y a mi abuela, por motivarme a no darme por vencida y aprovechar las oportunidades que se me ponen enfrente.

A Jaqui, mi mejor amiga desde el comienzo y hasta el final, esto lo decidimos juntas y lo acabamos igual, gracias por seguirme, aconsejarme y quedarte conmigo en cada decisión que tomé y a Dany, no hay palabras para agradecer cada cosa que ha hecho por mí en mi vida académica y personal.

Debo este trabajo a la Dra. Carola García Calderón, asesora y gran amiga, por brindarme su apoyo incondicional, paciencia, cariño y comprensión y a mi mentor principal, profesor y ejemplo a seguir Leonardo Figueiras Tapia, quien me condujo para llegar hasta aquí, le agradezco todo el conocimiento e interés que tengo en la vida política, así como mi formación como persona a lo largo de mi desarrollo en la Facultad.

Agradezco a Marath Bolaños mejor amigo y gran profesor, por darme los motivos suficientes para estar en comunicación política y hacerme pensar que todo con el objetivo claro, es realizable. Le agradezco la inspiración, ejemplo y dedicación, por la confianza y la oportunidad de crecer intelectual y personalmente. A Paloma Montes, mentora y gran amiga, por la paciencia, el cariño y por ser la primera en creer en este proyecto. Gracias por avalar el esfuerzo y seguir aquí conmigo.

A todos los profesores increíbles que me formaron y recordaron el sentido de estar aquí estudiando ciencias sociales: Héctor Quintanar, Patricia Torreblanca, Adriana Reynaga, Leticia Suástegui, Daniela Lemus, Gerardo Dorantes, Juan Manuel Martínez, Daniel Peña y Carlos Sánchez. Gracias por todo el conocimiento que compartieron conmigo y el apoyo constante e incondicional en la elaboración de este trabajo. Y a mis amigas y amigos, Elizabeth García, Alejandro Maya, Carlos Tirado y Soemy Uc, por impulsarme siempre a dar lo mejor.

Agradezco a la UNAM, a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y al Seminario Interdisciplinario de Comunicación e Información por brindarme las herramientas necesarias para el crecimiento y mejoramiento de mi formación académica y personal. Al Programa de Apoyo a Proyectos de Investigación e Innovación Tecnológica de la UNAM que, a través del proyecto IN307617 “Publicidad y Obesidad infantil en México: autorregulación y reglamentación” a cargo de la Dra. Carola, me permitió la ampliación de mi conocimiento hacia el desarrollo de investigaciones interdisciplinarias.

Índice

Introducción

CAPÍTULO PRIMERO

Aproximaciones al origen de la crisis de representación política: comunicación política y democracia representativa

1. *Esbozo sobre el origen y desarrollo de la democracia representativa*
 - 1.1. Los orígenes de la democracia representativa13
2. *La decadencia de la democracia: el nacimiento de la crisis de representatividad*
 - 2.1. ¿Qué es la crisis de representatividad?.....27
3. *Comunicación política y democracia representativa*
 - 3.1. Comunicación política: el campo de estudio38
 - 3.2. La representación y la comunicación política44
 - 3.3. La representación y lo simbólico: el discurso como factor representante50
 - 3.4. Debates contemporáneos sobre la representación política: el surgimiento de la crisis de representatividad dentro de la comunicación política54

CAPÍTULO SEGUNDO

Conformación del sistema político mexicano: democracia de partidos, cultura política y representación

1. *Breve repaso histórico de la política moderna mexicana: del PRI al PRI, cultura política, ciudadanía y democracia fallida.*
 - 1.1. La transformación del sistema de político: política priísta y transición61
 - 1.2. Democracia, cultura política y ciudadanía: los retos de la representación política en México72
2. *Campañas en México: estrategias de comunicación política y representación*
 - 2.1. Estrategias de comunicación política en La democracia representativa mexicana: el proceso electoral como etapa detonante de crisis de representación76
 - 2.2. Modelo de comunicación política electoral en México. ¿cómo conseguir la representación?80

CAPÍTULO TERCERO

La democracia representativa y su crisis en México a través de las campañas de los representantes electos en 2006 y 2012

- 1.1. *Después de Fox. Alternancia fallida y segundo sexenio panista*89
 - 1.1. Elección de Calderón como candidato del PAN: la vista hacia el nuevo proyecto91
 - 1.2. Análisis de la campaña de Calderón: propuestas, realidad y acción electoral95
 - 1.3. Acción electoral: la primera crisis calderonista: el conflicto en la toma del cargo y el cambio del eje rector del gobierno.110

1.2. <i>El nuevo PRI: Peña Nieto, y la construcción del candidato</i>	
2.1. <u>¿Cómo quedó todo? Los vestigios del gobierno panista</u>	112
2.2. <u>Análisis de la campaña de Peña Nieto: propuestas, realidad y acción electoral</u>	117
2.3. <u>“Mover a México” la nueva representación del PRI en las urnas</u>	130
1.3. <i>“La mafia del poder”: los dos gobiernos que dejaron a México en la quiebra</i>	
3.1. <u>Desafección política: la paradoja entre la confianza y la participación</u>	133
3.2. <u>Un nuevo comienzo: la oposición permanente y la promesa del cambio</u>	136

CAPÍTULO CUARTO

Andrés Manuel López Obrador: legitimidad y crisis de representación en México

1. <i>Andrés Manuel López Obrador: un recorrido biográfico</i>	
1.1. <u>AMLO y el Partido de la Revolución Democrática, la construcción del líder carismático</u>	138
1.2. <u>La Coalición por el Bien de Todos y la primera derrota de AMLO</u>	145
1.3. <u>Los inicios en la creación del Movimiento de Regeneración Nacional de 2006 a 2012</u>	149
1.4. <u>Elecciones 2018: la reducción de la crisis de representación</u>	156
Conclusiones.....	173
Referencias	178

*“La democracia es el destino de la humanidad;
La libertad, su brazo indestructible”
Benito Juárez, 1871*

Introducción

El interés en la conformación de los gobiernos de carácter democrático ha traído consigo la especialización en lo que concierne a la definición de democracia en un sentido general y sus derivaciones principales: la democracia directa y representativa, así como la eficacia de la implementación de una y otra en diferentes tipos de sociedad.

La problemática dentro de lo que se erige como el análisis de las democracias no es su conceptualización sino la aplicación en lo contemporáneo, de tal manera que, descartada por su inoperatividad, es el estudio de la democracia directa lo que se ha dejado de lado a consecuencia de la multiplicidad de voces que pretenden ser representadas dentro de una heterogeneidad de demandas dando paso a la especialización dentro de los estudios sobre la democracia de partidos, de masas y de grupos de poder, contenidos en la democracia representativa.

Para comprender la relevancia del estudio de la democracia en general y en particular de la representativa es necesario ahondar en las características, fundamentos y funciones de ésta en la vida social y a partir de ello, ofrecer explicaciones referentes a la naturaleza de la representación dentro de un sistema democrático que consisten en acciones como la delegación del poder en elecciones periódicas hacia una figura que coincida con las necesidades de los electores.

En este sentido, como una especie de aproximación y sin pretender extenderse en el grueso de las definiciones que abundan sobre democracia, la presente investigación destaca un breve repaso que distingue a la democracia representativa de otras divisiones y la asocia directamente con la democracia de partidos, la de medios y la plutocracia a partir de perspectivas comunicativas, sociológicas, politológicas e incluso económicas que describen el interés de quienes representan y de aquellos que tienen el poder de elegir.

Si bien, la tesis principal es la existencia de la crisis de representación política dentro del proceso electoral en México y no sólo como resultado del mal gobierno, para hablar del declive de este tipo de democracia es necesario conocer varias de las perspectivas desde las que se estudia con el fin de detallar algunas de las causas que llevan a que una democracia se corrompa y la representación deje de funcionar hacia los gobernados.

De esta manera, y a partir del análisis de las campañas de 2006 y 2012, como momentos en donde la crisis repercutió en la confianza hacia los representantes y de 2018 como una suerte de recuperación de la legitimidad en el proceso electoral a partir de la elaboración de una campaña hecha con el agregado de demandas sociales generales, se resalta la importancia del manejo de medios, de la construcción de una plataforma fundamentada en los electores y la volatilidad en las preferencias electorales en los ciudadanos, una vez que encuentran una campaña con promesas cercanas a su realidad y de qué manera estas acciones repercuten en el “sentirse representado” por parte de los ciudadanos.

A partir de lo anterior, el estudio que se plantea parte de la definición de la representación política como una construcción comunicativa y simbólica que, a partir de la conformación de los

representantes, será efectiva o no en el imaginario social¹; esta construcción se relaciona directamente con la composición de la imagen y del discurso que manejan los candidatos a ser representantes, ya sea de manera oral en los mítines o de manera escrita en las plataformas electorales que presentan y la medida en la que estas representaciones están basadas en la realidad inmediata de los electores.

Por otra parte, la aseveración de la existencia de una crisis de representación parte de la incapacidad que tienen los gobiernos de satisfacer las demandas más importantes de los ciudadanos, en ese sentido, se pretende dar cuenta mediante un análisis en el que converjan los indicadores, las propuestas y la acción electoral, que la crisis de representación está presente desde el momento en el que se plantean las promesas de campaña que no están sustentadas en situaciones reales y que, a percepción de los electores, no se diferencian entre sí.

La relación que existe entre la representación y la comunicación política es implícita en tanto que ambas se componen primordialmente de símbolos y signos. A pesar de que la democracia representativa ha sido abordada más por la ciencia política, el análisis de este tipo de gobierno desde la comunicación puede aproximarse a lo que José María Canel define como el estudio de la comunicación política (en minúsculas) y que incluye los procesos mediante los cuales se conoce o designa a un representante, es decir, fenómenos comunicativos como la propaganda, el marketing electoral, promovidos mediante un canal de comunicación. (Canel, M. 2006: 17)

A partir de lo anterior, no es gratuito que las premisas relacionadas con la crisis de representación se asocien directamente con el imperio del espectáculo sobre la política. En esa misma línea, una de las teorías de la comunicación más reconocida como la *agenda setting*, sirve para teorizar la escasa representación que el poder político tiene y que incluso, en su esfuerzo por corromper a la organización civil, se ha adueñado de los medios de comunicación que funcionaban como mediadores entre el poder político y la ciudadanía.

A simple vista, la crisis de representación (que ya ha sido estudiada) parece ser una situación necesaria nacida de los esfuerzos de quienes ejercen el poder por perpetuarse o por conseguir la aceptación general de las mayorías, sin embargo, la crisis que se genera dentro de este tipo de gobierno va más allá del ejercicio de candidatos, campañas y poderes; su núcleo puede residir en la sociedad misma que, a causa de la desafección que tiene hacia la política contemporánea y todo lo que se relacione con el ejercicio de los mandatos, se abstiene de la participación electoral, política y ciudadana que permite elegir a quienes detentaran el poder.

Dentro del marco conceptual que se desarrolla en el primer capítulo, es posible destacar cada uno de los segmentos que componen a la democracia representativa haciendo énfasis en las teorías del

¹ Entiéndase imaginario social como la codificación que elabora una sociedad para nombrar e interpretar una realidad. El imaginario se constituye como parte de la cultura y conducto mediante el cual se ordena y expresa la memoria colectiva desde los símbolos, creencias, mitos fundacionales y discursos constitutivos que provocan y permiten la adhesión a un sistema de valores que moldean no sólo las conductas sino la pertenencia a la sociedad y su manera de interpretarla. (Ugas, 2007 y Baczko, B 1991).

comportamiento político y de la comunicación como ejes rectores que fundamentan la pertinencia del análisis en los estudios referidos a la comunicación política.

El segundo apartado, que concierne al marco histórico de la investigación pretende, además de esbozar un acercamiento al comportamiento político del elector mexicano a partir del análisis de las campañas llevadas a cabo durante los últimos doce años, se propone proveer de las herramientas necesarias para comprender por qué luego de gobiernos (ganadores) diferentes en ambas ocasiones, la crisis fue en un aumento tal que para 2018 la única opción viable era el candidato opositor en ambas ocasiones.

De esta manera, el segundo capítulo inicia con el recorrido histórico que conforma al sistema político mexicano que parte de la conformación de la cultura política posrevolucionaria y termina con el conformismo político de los ciudadanos hacia el Partido de la Revolución Institucional (PRI) representado por Enrique Peña Nieto.

Si bien, no es sencillo explicar la estrategia de instauración de un régimen monopartidista ni las alianzas y prácticas que llevaron a cabo, reducirlo al impacto que tuvo en la formación de los ciudadanos como sujetos políticos permite no sólo sentar las bases de los orígenes de la representación en México sino explicar, de manera simple, cómo empezó la crisis de representación en este país y de qué manera se hizo evidente en la ciudadanía.

Parte del análisis cuantitativo y cualitativo hecho para comprobar la hipótesis de la investigación, a saber, que existe una crisis de representación generada durante las campañas políticas en los procesos electorales de 2006 y 2012 en el marco de la ejecución de su estrategia de comunicación electoral que dieron como resultado gobierno cargados de ilegitimidad y que ésta crisis se redujo durante el proceso electoral de 2018 en donde la representación y la legitimidad fue parcialmente restaurada gracias a la campaña promovida por López Obrador, permitió dar cuenta de uno de los detonantes más estudiados dentro de la democracia representativa y su declive: las consecuencias en la falta de relación entre gobernantes y gobernados a partir del mal manejo de la comunicación política de los candidatos y la forma de votar de los electores que varía según las demandas más necesarias.

Bajo esa premisa, las campañas tanto de Felipe Calderón Hinojosa (2006) como de Enrique Peña Nieto (2012) y de Andrés Manuel López Obrador (2006, 2012 y 2018), todos electos representantes conjunta dos formas de ver la crisis, por un lado, se retoma la perspectiva de centrarse en quienes ejercen el poder y sus relaciones con los contrincantes, así como las evaluaciones de sus cargos para destacar las propuestas y la competencia dentro del momento electoral y por otra parte, trata de presentar la visión y el discurso real de los candidatos con el fin de demostrar que las fuentes de la crisis de representación van más allá de los resultados al final del sexenio sino que dicha crisis puede ser proyectada desde el inicio del proceso electoral.

La elección de 2006 se caracterizó por ser caótica y definir el rumbo de la política después de lo que se había considerado como el clímax democrático del país. Una vez que Vicente Fox (personaje que marcó la democracia en México por ser el primer candidato en ocupar la silla presidencial bajo la bandera de un partido diferente al PRI) desencantara a los electores y llevara a cabo estrategias de guerra sucia como el desafuero al candidato por el PRD, López Obrador, la incertidumbre y la desconfianza volvieron a ser parte del sentimiento político generalizado en México.

En ese sentido, la elección de Calderón como candidato que se dio bajo conflictos internos en el partido y con una alianza forzada con el poder en curso, puso en entredicho la certeza de tener un segundo gobierno panista, sin embargo, pese a dichas condiciones, los resultados proporcionados por el Instituto Federal Electoral (IFE) lo favorecieron dejando bajo sospecha la imparcialidad del organismo y con ello la democracia misma.

Bajo conflictos, plantones y una oposición que impugnó los resultados electorales, el gobierno de Calderón se ensombreció desde el día de toma de cargo y se deslegitimó más cuando decidió que el eje rector de su gobierno sería la guerra contra el narcotráfico que no hizo sino aumentar el número de muertes a manos del crimen organizado en el país. Fuera de sus “manos limpias”, el gobierno calderonista entregó al PRI un país plagado de violencia y corrupción, con la oposición demandante que contendría por la presidencia nuevamente para 2012.

Las elecciones de 2012, parte importante de la trayectoria política electoral de México debido al retorno del partido que oprimió la *vox populi* de los ciudadanos por más de setenta años, son clave para comprender la necesidad del cambio después de dos sexenios. Con una ventaja incuestionable en los resultados electorales, destaca en la historia de las elecciones en México el triunfo de Enrique Peña Nieto, ex gobernador del Estado de México, misma que fue contundente a pesar de las prácticas clientelares llevadas a cabo que fueron cuestionadas por el candidato de la oposición.

Así, inició uno de los gobiernos con mayor ilegitimidad heredada y una continuidad de ésta no sólo a partir de la compra evidente de votos y de la mercantilización de las necesidades sino con la incapacidad de dar respuesta ante los crímenes que se atribuyeron al Estado.

La desaparición forzada de 43 normalistas en Ayotzinapa que elevó las exigencias de la ciudadanía por la crudeza con la que se reprimió a los jóvenes y que incluía el involucramiento de las fuerzas militares y el caso de la Casa Blanca de Peña Nieto², fueron la cúspide de la crisis de representación en México y de la total desconfianza que pudo haber tenido el electorado hacia el poder político. De esta manera y a lo largo de la historia política del nuevo siglo, las campañas culminaron en un intento por establecer una paz aparente que no se veía en términos sociales, políticos ni económicos.

Desde 2006, el escenario político se ha visto caracterizado por la existencia de un candidato que ha tenido la oportunidad de perfeccionar la manera en la que se realizan las campañas y la posibilidad de conocer mejor al electorado, así como evitar los errores de otros candidatos; Andrés Manuel López Obrador, es la construcción simbólica que se enuncia a través de la promesa del cambio a partir de la creación de un partido fundado desde la resistencia civil y el desacuerdo con las formas de hacer política.

Con una trayectoria que cruza la historia de la política moderna, López Obrador ha sido partícipe de muchas de las fracturas dentro del sistema democrático representativo de partidos en México y a su

² Investigación que destacó la corrupción dentro del gobierno peñista tras la adquisición de una propiedad construida por Grupo Higa y valuada en 86 millones de pesos. El reportaje le costó a la periodista Carmen Aristegui su salida de *MVS* y un golpe a la credibilidad del gobierno en tanto que mostró la lejanía con los problemas que aquejaban a la ciudadanía como la exigencia de dar justicia a la tragedia de Ayotzinapa. Las declaraciones, además de ser contradictorias en temporalidad y argumento, mostraron el cariz que de lo que se había denominado “el nuevo PRI” encabezado por el mandatario.

vez ha tenido participación principal en varias de estas escisiones de este nuevo siglo conformándose como la imagen de la oposición a los gobiernos que han protagonizado la política moderna del siglo XXI en el país.

En ese sentido, es a partir de esta participación dentro del espacio público que López Obrador se ha convertido en una figura de interés social no sólo para comprender los procesos electorales en México sino para reconstruir la forma en la que se realizan las campañas a través de la recuperación de la valencia dentro de las campañas políticas.

El último apartado de este trabajo tiene como fin, después de dilucidar el desfase de las campañas de los candidatos anteriores en lo que concierne a sus propuestas y la realidad mexicana, demostrar cómo es que este candidato (Andrés Manuel López Obrador, junto con el Movimiento de Regeneración Nacional), gracias al conocimiento que tiene de la población fue capaz de fijar y remodelar el discurso acorde a las necesidades, valores y características sociales, necesidad dentro del ejercicio de la política moderna y como esto a su vez, disminuyó la crisis de representación que tiene el sistema democrático en México.

El arco histórico que marca un nuevo comienzo en la política mexicana basada en los principales cambios que ha tenido el país a través del mito de “La Cuarta Transformación” puede representar una opción viable para estudiar el posible decremento de la crisis de representatividad gracias al personaje y las acciones que ha realizado durante cada una de sus postulaciones a la Presidencia ofreciendo discursos cada vez más acertados a las necesidades de las comunidades.

Como se ha insistido dentro de esta parte introductoria, uno de los ejes centrales dentro de la investigación es el que toma a la variable discursiva electoral como un momento en donde es posible que se gestó la crisis de representación política debido a la imposibilidad de los candidatos de generar vínculos de proximidad con el electorado a partir de propuestas diferenciales que permitan la alineación ideológica con los fines que se propone un candidato sobre otros, situación que se demuestra mediante el contraste con la participación electoral.

Cabe destacar que no se trata de la única manera de analizar el surgimiento de la crisis de representación política, pero para fines de esta investigación que tiene como uno de sus objetivos destacar el ejercicio de la comunicación política electoral en este momento de generación de identificación que se ha visto mermado en el contexto mexicano por la similitud de los discursos de campaña de los partidos políticos, es indispensable pensar en los factores que se ven implicados dentro de la contienda.

La relevancia de este tema dentro de la comunicación política no es menor en tanto que deriva de uno de los campos que permitieron el inicio del análisis de esta disciplina: la comunicación electoral y la opinión pública que se trata de formar durante los procesos electorales.

Las diversas teorías que han abordado en el desarrollo de la comunicación electoral oscilan entre la ciencia política y las ciencias de la comunicación en donde, las campañas político- electorales se vuelven el campo en donde las estrategias de planeación y toma de decisiones serán evaluadas a partir del impacto de los mensajes en la sociedad que permeen las condiciones necesarias para dar cabida a un puente que culmine en la reducción de la crisis y un nuevo ejercicio político más humanizado a futuro

Los medios de comunicación, desde su expansión a la televisión se han convertido en el espacio de expresión política e información ciudadana, por ello, tanto la conformación de la agenda (*agenda setting*) y la tematización, se vuelven enfoques que permiten destacar el potencial de las campañas y las posibilidades que tienen para provocar los efectos deseados.

Si bien, existe una afirmación de que la comunicación política y la democracia van de la mano, es preciso hacer la acotación de que, es la comunicación electoral y el análisis de las campañas las que presentan un mayor potencial en lo que concierne al desarrollo de la democracia moderna.

El enfoque que se ha tenido en relación con la crisis de representación se ha reducido a la pérdida de los políticos del fin último de su función y se han transformado en actores del espacio mediático, por su parte esta investigación tiene como fin poner a discusión otras perspectivas multidisciplinarias desde las que se puede evaluar la pertinencia del sistema democrático representativo a través de los partidos y establecer a la desconfianza como una variable de análisis dentro la eficacia de las campañas y como motivante de la participación electoral en tanto que, va a ser la credibilidad del discurso lo que va a incentivar el voto de los ciudadanos.

Capítulo primero

*Aproximaciones al origen de la crisis de representación: comunicación política y
democracia representativa*

Esbozo sobre el origen y desarrollo de la democracia representativa

1.1 Los orígenes de las democracias representativas

¿Qué es democracia?

La definición de la democracia ha sido estudiada sobremedida en la ciencia política, la sociología y el derecho, las teorías del Estado y de la política clásica se han dedicado a tratar de establecer los alcances de esta y la estrecha relación entre el Estado, sus representantes y los ciudadanos. La conceptualización griega, que caracteriza a dichos estudios ha señalado que, además de ser el “gobierno del pueblo y para el pueblo” es también una separación entre el ámbito político- público y la esfera económica doméstica, de modo que esta es la premisa, pero nunca el objeto de la acción y el discurso político, mismo que se basa en las posibilidades de participación y no en los aspectos reales económicos que también conciernen al sistema democrático. (Lechner, 1992: 135)

Una de las definiciones más sencillas de lo que concierne al concepto es la que proporciona Sartori quien concibe a la democracia en su generalidad como “el gobierno o el poder del pueblo” (Sartori, 1988: 41) y son estas nociones las que abundan en el debate sobre el modelo democrático contemporáneo a establecer.

Dos de los modelos democráticos que han sido implementados y estudiados son el concerniente a la democracia directa que se traduce en la participación del pueblo sin un mediador que traduzca y unifique la *vox populi* y, por otra parte, la democracia representativa que se ha encargado de crear instituciones mediadoras y personalidades aptas a quien se delega la soberanía del pueblo para elegir.

La democracia y sus diferentes divisiones han sido estudiadas y fragmentadas en otras subdivisiones con el fin de no dejar el estudio centrado en el binomio de la democracia directa y la representativa, mismas que seccionan la participación en un asunto de todos o de algunos. La implementación de modelos semidemocráticos permite una mayor amplitud al término y un mejor entendimiento en lo que refiere a la democracia indirecta o representativa.

Historia

El origen de la noción de representación política proviene del desarrollo de los gobiernos representativos gestados en el siglo XIX a partir de las ideas del liberalismo político de la naciente clase burguesa, misma que a través de la construcción de un lazo entre gobernantes y gobernados pretendían solucionar las necesidades básicas de la clase proletaria y con ella sentar las bases de la relación entre el Estado y sus ciudadanos a través de la participación electoral y con ello asegurar el poder para la clase dominante.

La representación como concepto no tiene sus orígenes dentro del pensamiento político, la naturaleza del término deviene de lo religioso en tanto que eran estos los principales representantes de los seres humanos ante el poder absoluto de Dios. En este sentido, aquellos quienes eran designados como gobernantes, jugaban un doble rol en tanto que representaban el poder divino en la tierra y a los gobernados ante el mundo de lo divino.

Cabe destacar que la representación política no ha estado siempre relacionada con la democracia y que añadir el carácter de representación a los regímenes democráticos permite una resolución eficaz

ante el fracaso de las democracias directas, así la representación permite una política positiva que evita la polarización en la sociedad y de esta forma, las minorías tienen voz y sus derechos están mejor protegidos. (Prud'homme, 2016: 29). La democracia, antes de relacionarse con la representación ya tenía en su definición uno de los principios rectores de un sistema de gobierno representativo: la identificación con el líder en el poder y la aparente similitud de los gobernantes y los gobernados en cuestión de valores, circunstancias y características a pesar de que se estableciera una diferenciación funcional entre ambos. (Manin, 1988: 254)

La definición del nacimiento de la democracia con carácter representativo es confusa en tanto que otros autores como Edmund Burke (1790) atribuyen a la democracia un carácter representativo desde sus orígenes, sin embargo, es Thomas Paine quien hace la aclaración sobre la inserción de la representación política dentro de los principios constitutivos de la democracia. Paine señala en *Los derechos del hombre*, escrito en 1791 como una respuesta a las *Reflexiones sobre la Revolución Francesa* de Edmund Burke que

“Todo gobierno que no actúe bajo el principio de la república o, en otras palabras, que no haga de la res- pública su pleno y único objeto, no es un buen gobierno. (Paine, 2017: 193) (...) La democracia simple fue la sociedad que se gobernaba a sí misma sin ayuda de los medios secundarios. Insertando la representación en la democracia conseguimos un sistema de gobierno capaz de abarcar y confederar todos los intereses diversos y cualquier extensión de territorio y población” (Paine, 2017: 195- 196)

El recorrido histórico que acontece a la definición de representación también ha sido estudiado por autores como Thomas Hobbes quien en el capítulo XVI del *Leviatán*, señalaba que dicho sistema de gobierno tenía como fin justificar la obligación política de los súbditos hacia el soberano y legitimar la autoridad de este último (Prud'homme, 2016: 28). Por otra parte, Rousseau señalaba que la soberanía del pueblo en lo que concierne al ejercicio de la democracia representativa, se traduce en la suma de las diferentes fracciones que detentan todos y cada uno de los individuos, mismos que poseen un arte del mandato a través del cual es posible la elección de los candidatos al mandato (one man, one vote). (Duverger, 1970: 117)

La comparación constante entre lo que fue la democracia directa y lo que se estaba planteando en la democracia representativa puso en entredicho la naturaleza de la última obligándola a especificar lo que es y no y cómo se ejerce, así se planteó la posibilidad de un emparejamiento con la democracia de partidos asumiendo a esta figura como una creación de la sociedad civil que delegaba el poder en un representante, mismo que portaba la voz de los simpatizantes. Como señalaría Pitkin (1967), la democracia representativa fue uno de los mejores sustitutos de la democracia directa y con ello posibilitó los elementos empíricos y metodológicos para su estudio.

En sus inicios, la representación se otorgaba a reducidos grupos especializados y privilegiados según sus atributos y conocimientos, la democracia parlamentaria y de élite a la que harían alusión otros autores como Manin (1988) y Touraine (2009) representó uno de los primeros acercamientos a la representación como se concibe hoy en día, pero con el sesgo de la personalización de la figura política y la fetichización del poder, (Dussel, E. 2208). Sin embargo, con el advenimiento de los partidos de masas y la demanda de mayor inclusión, la relación entre la representación y la democracia comenzaron a tejer un vínculo indisociable que exigía a los representantes rendición de cuentas, elecciones periódicas, libertad de expresión y el libre ejercicio de una opinión pública crítica influenciada por los medios de comunicación de masas.

La transformación de los sistemas políticos autoritarios en democracias que alcanzaron su máxima expresión con la generación y permisión de los partidos políticos como institución representativa de ciertos sectores de la sociedad, permitió la ampliación del electorado, del voto y de las posibilidades de representación. Sin embargo, como lo señalaría Manin (1988: 253) este tipo de democracia resulta en una problemática más en tanto que los votantes no eligen a sus representantes a partir del trato cercano con ellos sino mediante una homogeneización partidista.

A partir de esta premisa, es posible asegurar que dentro de cada una de las metamorfosis³ de los gobiernos representativos existe una crisis inminente en tanto que la homogeneización de los electores es imposible y por tanto el agregado de sus demandas no terminan de culminar en una representación uniforme que permita la asimilación de la representación como una forma de gobierno viable y capaz de portar el estandarte de la generalidad.

El desarrollo de los partidos políticos y su definición como una institución va a transformar a la representación colectiva (Duverger, 1970: 117). La democracia de partidos brindaba las bases de la percepción de una democracia liberal que tenía como fin establecer micro secciones de poder de las que emana la representación con el fin de incluir a todos los sectores en las decisiones políticas, este modelo de participación del pueblo se vio afectado en tanto que el partido político comenzó a fusionarse con los intereses del Estado (claro ejemplo de esto es México y el nacimiento del PRI) dejando de lado las demandas de los particulares y persiguiendo de esta forma los intereses de los dirigentes del mismo.

Sin embargo, han sido otras las percepciones que se han tenido sobre la *partidocracia*⁴ siendo esta también una de las transformaciones de la democracia representativa en tanto que implica la conformación de un bloque unitario que tiene como principal tarea conglomerar las demandas y hacer de ellas un medio y no fin para acumular recursos (Touraine, 2015: 86), en este sentido, la representación y el interés particular de los grupos económicos converge y conduce a una corrupción de la idea del partido político como figura representativa. La crisis de los partidos políticos no ha dejado de lado a estos organismos como institución garante de pluralidad y, por el contrario, ha dado pie a que los mismos sean necesarios para garantizar el libre ejercicio tanto de asociación política como de libertad de expresión.

El estudio de Bernard Manin, *Los principios del gobierno representativo* (1988), es ilustrativo en tanto que realiza un despliegue de la evolución de los gobiernos que se caracterizaron por tener un gobierno de tipo representativo. En ese sentido, para el autor, la falta de credibilidad en la democracia de partidos que ahora puede ser traducida como la democracia representativa, dio pie al análisis de otros campos en los que podría encontrarse la verdadera esencia de la representación, siendo los

³ Término utilizado por Bernard Manin para explicar el cambio de los gobiernos representativos consecuentes a la instauración de los gobiernos liberales.

⁴ Sobre este término, han sido varias las definiciones que se han dado sobre este término, pero para fines prácticos se tomará en cuenta la definición contenida en el *Diccionario Electoral. Tomo II* que destaca que la *partidocracia* se refiere literalmente al gobierno de los partidos. El término, se ha utilizado en sentido despectivo para hacer referencia a la desnaturalización de la democracia y de las organizaciones que están dentro de su funcionamiento, de tal manera que este tipo de gobierno aparece cuando los partidos políticos han rebasado su rol de mediación entre la sociedad y el Estado y se convierten en poder político. Pese a las definiciones, hay una gran dificultad a la hora de hacer de este término un concepto operativo que se aleje de los juicios de valor antes expuestos o una evolución natural y compleja del sistema de partidos (S/A, 2000: 830)

medios de comunicación los actores con relativa legitimidad, de esta manera, Manin establece la última categoría de análisis: la democracia de audiencias, misma a la que hace alusión Alain Touraine. (2009: 47) y que estudian la personalización de la representación a través del uso de los medios como mediadores entre las relaciones de los ciudadanos con el poder.

La opinión pública presente en cada uno de los momentos se institucionaliza de esta forma en los medios de comunicación, sin embargo, el estudio de los gobiernos representativos no queda ahí, las vertientes que cada etapa tiene incluyen a sectores como los movimientos sociales que han logrado obtener cierta representación provisional por medio de la acción colectiva (Lefort, 1992: 139).

Asimismo, es evidente que el análisis tampoco se reduce al ámbito económico a través de la satisfacción de las demandas de los electores, sino que, se adentra al entramado complejo de características que componen dicho sistema que trae consigo además de la perspectiva partidista, un debate sobre la personalización de la política, adentrándose a la complejidad de las relaciones sociales, mismas que determinan la dominación de los partidos políticos y de los políticos como figura única y capaz de representar a la colectividad. (Kaplan, 1978:148)

A pesar de que la democracia representativa aún se identifica con una forma de poder en la que los líderes (sea por carisma o por sus propuestas electorales) tienen cierto parecido y empatía con sus gobernados, los estudios modernos sobre la misma hacen alusión a una posible pérdida del carácter plural de este tipo de sistema debido a que las opciones electorales y los valores funcionales de las propuestas se hacen cada vez más escasos así como la funcionalidad de los partidos políticos como sujetos capaces de representar sin corromperse.

Disciplinas desde las que se estudia

Las formas de gobierno han sido materia de la ciencia política en general y su análisis, aplicación, así como su profundización se han abordado desde diferentes disciplinas como la económica, la sociológica, la histórica, filosófica y la jurídica, a partir de ello, han sido diferentes las contribuciones que se han realizado sobre las formas de gobierno y con ello se ha gestado una pluralidad de definiciones y conceptos que tratan de hacer entendible el conglomerado de relaciones sociales que permiten la organización de la vida social y política.

La democracia como forma de organización es consustancial al ser humano moderno y al desarrollo del Estado, su estudio si bien ha sido abordado por los pensadores clásicos como Platón y Aristóteles, ya sea descalificando o modificando algunos de sus componentes como la pertinencia de la participación de algunos sobre otros, siempre ha tenido dentro de sí, a la designación de un representante con el fin de homogeneizar las opiniones y traducirlas en demandas homogéneas que sean posibles de satisfacer.

Las primeras nociones del estudio de la democracia como forma de gobierno se hicieron a través del cuestionamiento al ordenamiento idóneo para las masas, las divisiones sociales y las de trabajo así como la estratificación social, por su parte, la representación como noción política y elemento constitutivo de la democracia es abordado por la ciencia política, la sociología y la economía a partir del liberalismo económico, como una suerte de postura ante la repartición de las riquezas de la nación.

En el plano de lo político también se ha analizado cómo la forma ideal de gobierno en la que a través de un contrato social es posible ceder la soberanía a un solo dirigente que, a través del régimen que sea conveniente, gobernará a favor de los intereses generales de la sociedad, sin embargo, remitirse sólo a la perspectiva que los estudios de lo político señalan sobre la naturaleza de la representación ha dado como producto un reduccionismo del término sólo al ejercicio electoral que ejercen los ciudadanos, lo mismo que reducirlo a lo jurídico en tanto que éste hace énfasis en la separación del Estado y las instituciones.

Desde la sociología la representación es abordada a partir de las condiciones sociales de los gobernados y las formas en las que el Estado se encarga de proveer a la sociedad de los medios suficientes para su subsistencia, en cierto modo, la diferencia que separa el estudio de una disciplina y otra es algo difuso dado que todas se ocupan de la relación entre gobernantes y gobernados, pero en diferentes campos de la cotidianidad del ser humano.

Por una parte, dicha visión del ejercicio democrático permite generar una ruptura entre la visión clásica homogénea de los gobernados y a través del individualismo metodológico, analiza el impacto de la necesidad de una representación individual que atienda a los intereses particulares de cada sujeto gobernado. La segmentación de la democracia a través de esta teoría deja de lado el vínculo del Estado con sus ciudadanos negando toda posibilidad de fidelidad y apego hacia las opciones generando cambios constantes entre las preferencias de los electores, ello conduce a una volatilidad en las identidades partidistas y por tanto una oscilación entre opciones políticas que no permite la fijación hacia algún tipo de gobierno en tanto que estos no asuman su responsabilidad con las demandas sociales.

La democracia representativa más allá de ser entendida como un aporte, es una de las críticas constantes que se le hace gracias a la incapacidad demostrada en algunos gobiernos de llevar a cabo una representación en términos de bienestar social, la poca legitimidad que se le da a los Estados caracterizados bajo este sistema político deviene del incumplimiento de las promesas mayoritariamente económicas que nos son cumplidas en el tiempo estimado, la percepción de la ciudadanía se torna negativa y con ello la crítica constante hacia las instituciones que funcionan como portavoces de la ciudadanía trae consigo nuevas visiones y propuestas de modelos democráticos que pretenden la reforma de la representación en términos microsociales a partir de la democracia pluralista⁵ que pretende representar a cada sector de la sociedad sin homogeneizar sus propuestas, es decir, atendiendo a los intereses particulares de cada individuo.

El tratamiento de otras disciplinas por lo general son complementadas por las perspectivas politológicas ya que de fondo siempre se trata de comprender el funcionamiento de los sistemas políticos que son implementados para cada nación, en este sentido, el uso de la comunicación como otra de las disciplinas desde las que puede ser analizada la democracia representativa, va más allá de

⁵ El pluralismo político o la democracia pluralista es un término que se relaciona con un momento fundante del ejercicio democrático *per se* en tanto que, el pluralismo dentro de la democracia hace referencia a la libertad y capacidad que tiene la ciudadanía para expresarse en el espacio público. Se ha llegado a considerar que, como variables, la democracia y el pluralismo deben considerarse inseparables en tanto que la tolerancia a la pluralidad es un referente lógico dentro del ejercicio democrático (Cordón, J. 2018)

la generación de campañas y los mensajes óptimos que convencen al elector de inclinarse hacia una opción política,

El ejercicio de los medios de comunicación, la participación de los electores a través de las redes sociodigitales y la mediatización de las figuras política son terrenos explorados recientemente para conseguir recuperar la legitimidad del ejercicio representativo, a su vez, estas nuevas técnicas y estrategias de comunicación política basadas en la planeación de la imagen política y la construcción de narrativas distintas permean la inclusión de la política en nuevos campos y con ello mayores responsabilidades como la rendición de cuentas (*accountability*)

La representación política tampoco está acotada al ejercicio político interno del Estado, la representación que se realiza en el plano de lo internacional es una subcategoría de la representación política ya no sólo hacia los gobernados sino ante los gobernantes de otras naciones con el fin del establecimiento de acuerdos diplomáticos que promuevan la participación de otras naciones en asuntos internos. En este sentido, dicho tipo de representación, si bien suele traducirse en ejercicio propio del personal político designado para la tarea, el buen funcionamiento de dichos encuentros, son significativos para la construcción del país como nación.

El estudio de las mediaciones institucionales como garantes de representación a través de las diferentes disciplinas mencionadas han ahondado en la crisis de los partidos políticos como una de estas instituciones, la corrupción del ejercicio de estos organismos creados por y para la sociedad ha sido otro factor que ha puesto en entredicho la efectividad de la democracia representativa y su legitimidad como sistema de gobierno eficaz.

No es nuevo señalar que la preocupación sobre la vigencia de la democracia ha sido un tema de estudio constante en la academia, la crisis que vive a través de las crisis sociales, económicas y culturales más allá de restarle importancia, abona a los estudios la necesidad de elaboración de posibles nuevos modelos y estrategias que o por una parte reduzcan la crisis perceptible o por otro, promuevan nuevas formas de gobierno a partir de las cuales se consiga una estabilidad entre gobernantes y gobernados.

Posibles alcances y definiciones

El análisis de la democracia moderna se ha centrado en los estudios sobre la democracia representativa que ha insertado en ella también el análisis de la democracia de partidos y el pluralismo político por ser la forma de gobierno recurrente en regímenes democráticos.

Entendida como “el gobierno de todos o del pueblo”, la democracia ha dado origen a concepciones que la emparejan con otras formas de gobierno como la representación política en donde el poder del pueblo señalado en las visiones más clásicas de la democracia es delegado en una figura o institución capaz de conjuntar los requerimientos inmediatos de los bloques representados, en este sentido, puede decirse que una definición aproximada sería:

La representación política es un atributo de un sistema de gobierno, según el cual la acción política de la sociedad se produce por medio de instituciones integradas por personas que son elegidas para ello mediante voto popular. En esta óptica, la autenticidad política de la representación depende de dos factores: la legalidad de la elección (que es legitimidad de origen) y la legitimidad de desempeño,

basada en la concordancia de la actuación de los representantes con el sentir y voluntad de los representados. (Arnoletto, E. pp. 33)

La definición como tal demanda que el pueblo acepte ese tipo de democracia, que esté capacitado para actuar con la finalidad de conservarlo y que esté dispuesto para cumplir las obligaciones y realizar las funciones que ese sistema le imponga (Mill, 1966: 57 y 81), no obstante, la particularidad de este sistema respecto a los demás radica en su capacidad de representar las diferentes opiniones de los ciudadanos y expresarlas de una forma óptima a través de la participación electoral, misma que a su vez, es reflejo del “sentirse representado” de la población generando así un acuerdo entre los gobernantes y los gobernados que, sin la necesidad de un contrato formal estipulado, genera la certeza implícita de un posible cumplimiento de las promesas de campaña segmentadas a través de mercados electorales.

Ahora bien, a partir de lo anterior, es notorio que las definiciones de la democracia representativa poseen rasgos característicos y distintivos según los autores que la abordan a pesar de que su legitimidad sea cuestionada a partir de sus formas de operación, en este sentido, puede asegurarse que varias de sus premisas van a estar guiadas por la inclusión y un supuesto pluralismo que recae en la capacidad de los partidos, instituciones o personajes de enunciarse a partir de las demandas de los ciudadanos, fungiendo como mediadores seleccionados a través de procedimientos electivos o esquemas específicos de representación (Sánchez, 2015: 27)

Según Lefort, la eficacia de la democracia representativa radica también en la posibilidad de atender a las demandas socioeconómicas y en permitir que se opere una modificación de los puntos de vista en función de la expresión de opiniones e información. (Lefort, 1992: 139) de ello deriva el hecho de que uno de los elementos constitutivos de la democracia representativa sea su fijación en el tiempo por medio de la instauración de derechos que estén relacionados con la libre expresión en tanto que ésta es muestra de representación de las opiniones particulares de los individuos que conforman las masas.

En un sentido utópico, la representación permite que el Estado no se corrompa y ejerza el poder de forma unilateral mistificada y fetichizada, la posibilidad de la participación de los ciudadanos en la designación de sus representantes por los motivos contextuales que los caractericen permite también que el poder del estado no se considere inmanente y que, en última instancia, tampoco tenga el poder total de la decisión.

Como lo ha señalado Pitkin, a la hora de ejercer sus funciones como representante, es decir, tomar decisiones públicas o legislar, el ciudadano elegido como representante no siempre atenderá a las demandas concretas de la sociedad, sino que sus acciones se dividen entre estos, los intereses y valores personales, así como su orientación partidista. Sin embargo, la misma autora dice que, “cuando hablamos de representación política nos referimos a individuos que actúan en un sistema representativo institucionalizado y es en ese contexto que sus acciones se vuelven representativas.” (Pitkin, 1967: 225)

Otros autores como Maurice Duverger (1970) han profundizado tanto en las definiciones como en las posibles divisiones desde las que puede ser estudiada la representación para que ésta misma cobre sentido en los diferentes sectores políticos. En este sentido, Duverger señala la existencia de dos tipos de representación, por un lado la fraccionada en donde el poder lo detenta cada uno de los ciudadanos

y sus decisiones son tomadas por el poder político como legítimas y una representación nacional en donde la soberanía es propiedad de la nación y no de particulares, este último modelo pertenece a la concepción moderna de las democracias representativas en tanto que las decisiones de los gobernantes son tomadas a partir de la generalización de las demandas y atendidas en razón de la tendencia.

La definición de la democracia representativa ha tenido matices diferentes que han contradicho en varias ocasiones algunas de las premisas bajo las que esta se ha entendido, de igual forma, la consideración de las diferentes democracias que han surgido, que no sólo se reducen a la directa y a la representativa, han abierto aún más el debate en torno a la participación de los ciudadanos en las decisiones gubernamentales y la calidad de la relación de los gobernantes con los gobernados; con ello, la definición conceptual de la democracia representativa puede conservar algunas de las características antes mencionadas pero poner a discusión otras como la verdadera influencia de los ciudadanos en la toma de decisiones políticas a través de la expresión de sus demandas.

Otra de las definiciones de la democracia representativa es la que alude a la visión electoralista, misma que se ha encargado de acotar su estudio sólo a la consideración del voto y los procesos electorales como instituciones centrales de legitimación de dicho sistema político. Lo electoral, entonces, es el determinante del buen funcionamiento de la representación en tanto que es a través de este medio (el voto) que se hace posible la participación de los ciudadanos.

A propósito del entendimiento de la representación bajo esta perspectiva, Joseph Schumpeter (1974), por ejemplo, hace un análisis sobre la verdadera participación del pueblo dentro del modelo representativo y hace una aclaración que ha definido el carácter elitista de este sistema de gobierno, para él, la democracia representativa está lejos de ser concebida como “el gobierno del pueblo” y la representación no es necesariamente, un canal a partir del cual sea posible transmitir las demandas de los electores sino que, la democracia representativa se reduce a la participación electoral del pueblo en lo que concierne a la selección del personal político que ha de representarlos. La democracia bajo esta visión poco tiene que ver con la voluntad popular y sí está relacionada con las motivaciones bajo las que los electores deciden algunas ofertas electorales sobre otras.

En sintonía con lo propuesto por Schumpeter, Robert Dahl (1963) también señalaba que, dentro del análisis de la representación política no debía dejarse de lado su carácter elitista ya que sólo algunos ciudadanos podían emitir su preferencia electoral por medio del voto y con ello ejercer cierta influencia sobre los líderes, la teoría de las élites, en este sentido, ha sido estudiada a través de las posibilidades económicas y sociales de los ciudadanos y en qué medida estas condiciones permiten que a partir de los costos de oportunidad y de la disponibilidad de tiempos útiles, los electores voten por la opción que los represente.

Según Peruzzoti, dentro del modelo de representación de Schumpeter, no hay cabida para nociones como la de *responsivness* o *accountability*, es decir, no hay una verdadera relación convergente entre el Estado, las instituciones y los gobernados en tanto que la representación política no se encuentra relacionada con un proceso formal de la construcción de la voluntad popular sino que simplemente está acotada a la elección de liderazgos llevada a cabo mediante estrategias de comunicación electoral basadas en la manipulación y el convencimiento que motiva el voto de los ciudadanos. (Peruzzotti, 2008: 11)

Sin embargo, la falla principal en la consideración de esta forma de ver a la representación democrática radica en que el principal problema se delegaría a los ciudadanos y no al ejercicio mal realizado de los gobernantes, la responsabilidad de la crisis de la democracia recae en la falta de preparación de los gobernados a la hora de elegir a sus líderes y no en la función política de los mismos.

El replanteamiento de la representación política desde la identificación con los representantes hasta la perspectiva reduccionista electoral requiere de la inclusión de la rendición de cuentas que permitirá que la ciudadanía y sus representantes en determinado momento tuvieran la certeza de las acciones realizadas a favor del bien común de los gobernados y a su vez legitimaría a las elecciones como proceso central, en tanto que los procesos electivos regulares se traducen en el ejercicio de una democracia óptima.

La desventaja de utilizar al voto como una de las variables bajo las que es posible analizar la efectividad de la democracia representativa es que se trata de una acción descentralizada y alejada de los intereses ligados al bien común de la sociedad ya que es un acto individual y privado en el que se acumulan las demandas individuales, por lo tanto, las elecciones no son un momento definitorio y mucho menos una forma de control en tanto que son sinónimo de expresión de pluralidad y no de unanimidad.

El ideal de la representación es la identificación del electorado con sus representantes a través de la composición del candidato y de las propuestas que éste hace con el fin de lograr mejoras en la ciudadanía, en este sentido, la despersonalización del poder a través del retorno del personal político hacia la ciudadanía se refleja en la participación electoral que optará por una u otra oferta, dicha elección va a garantizar el “sentirse representado” de los gobernados, sin embargo, esta afirmación ha sido criticada en tanto que no sólo se duda de la legitimidad de las elecciones gracias a la creación de sistemas de partidos que se caracterizan por ser “maquinarias electorales” sino por las capacidades racionales de los votantes medio. (Manin, Przeworski y Stokes, 1999: 13)

A partir de lo anterior, el estudio y definición de la esencia de la democracia representativa ha tratado de reorientarse hacia los aportes que se han hecho sobre los procesos de comunicación política que tejen la relación entre los representantes y los ciudadanos con el fin de establecer una forma de gobierno basada en la participación política que incluye lo antes mencionado pero que también limita la perspectiva relacionada con el estudio de las elites gubernamentales como organismos representativos y deja de lado los esporádicos momentos de elecciones. Bajo esta óptica, la representación, la identificación y la participación política son variables que engloban un posible estudio actual que permita explicar la dinámica política dentro de la democracia representativa. (Peruzzotti, 2008: 15)

Las divisiones que ha traído consigo entender esta dinámica interna han dado origen a otros tipos de modelos definidos por la inclusión de la opinión de los ciudadanos con el fin de comprender las motivaciones de los electores a la hora de elegir representantes, es por ello, que la categorización tanto en su superficialidad como en su contenido es necesaria para no dejar de lado posibles posturas que puedan conglomerar cada una de las visiones desde las que se ha abordado el sistema y con ello postular las hipótesis necesarias que permitan la conjunción de las variables antes descritas como nodos en el estudio del sistema.

Casas, por ejemplo, dentro del ejercicio complejo de la representación categoriza los diferentes tipos de representación política ejercidos, dejando claro que dentro de la democracia representativa, existen divisiones internas que otorgan poder a algunos sectores definidos como representantes, por ejemplo, la representación asociada con la autorización en donde el representante actúa en nombre del representado; la representación sometida a la rendición de cuentas; la representación descriptiva en donde hay un grado de correspondencia entre las características personales y los intereses liberales; la representación simbólica en donde hay una identificación entre ambas partes de tipo emocional y la representación sustantiva que tiene que ver con la evaluación de la calidad de la acción del representante con respecto a los intereses de los representados (Casas, SA: 63)

Esta perspectiva retoma varias de las concepciones que se siguen estudiando por separado en cuanto al sistema democrático en su generalidad, sin tomar en consideración que cada una de las divisiones son un todo complejo que interactúa con los electores en su vida política cotidiana. Sea esta o no, la formación de una cultura política mediante el fomento de la participación, la involucración y capacidad de valoración de los ciudadanos sobre las acciones de sus gobiernos, el sistema democrático es un tipo de gobierno inacabado que obedece a la temporalidad en la que se desarrolla y a la sociedad cambiante en la que se pretende instaurar.

Otra de las perspectivas desde las que se ha estudiado el modelo democrático representativo lejos de la división que se ha planteado, es la que alude a asimilarlo como el sistema bajo el que se desarrolla el modelo de participación y con ello la responsabilidad de los gobernantes para garantizar la formación de una cultura cívica desarrollada en cuanto a los valores y la calidad de la inclusión de la ciudadanía en las decisiones de los gobernantes.

La consideración a partir de la cultura política y la formación de la cultura cívica de un ciudadano potencialmente activo en los asuntos políticos ha dado origen a análisis más allá de las implicaciones y pertinencias del sistema democrático representativo sobre otro y ha conseguido ahondar en las acciones que los gobernantes en su calidad de representantes deben tomar para, de manera receptiva evitar movilizaciones y protestas bajo la premisa de que un buen gobierno de representación tiene como fin, además de la rendición de cuentas el establecimiento de un equilibrio entre fuerzas políticas. (Almond y Verba, 1963, 350)

El retorno hacia la generación de un vínculo entre gobernantes y gobernados dilucida la definición cíclica que caracteriza a la democracia representativa en tanto que esta regresa siempre a la preservación de este vínculo. En su mayoría, los autores que se han encargado del estudio de esta, ya sea a manera de crítica o como función esclarecedora, resaltan la necesidad del vínculo horizontal de la representación. Laclau, en este sentido antes de adentrarse al análisis de la representación populista destaca que los representantes no son sólo portavoces de quienes representan, sino que debe fungir como la unión que permita la comunidad de un todo en tanto a los sectores que representa, estableciéndose como compatible y tolerante ante los distintos sectores.

A su vez, señala que la representación está basada en una relación recíproca entre representantes y representados desde la que se transmiten voluntades y lo más importante, puntos de identificación y conducción de los sectores que están siendo representados. (Laclau, 2004: 200-209)

El carácter de la identificación como otras de las variables de estudio del régimen democrático lo ha estudiado, cómo se veía con anterioridad Hannah Pitkin y Laclau a grandes rasgos siendo esta una de las divisiones del entramado complejo que proponía Casas en párrafos anteriores. La representación simbólica que refiere a la identificación de los gobernados con los gobernantes es una de las principales explicaciones de las motivaciones de los electores para orientar su voto hacia alguna figura, este tipo de representación, como señalaría Laclau, se convierte en el medio de homogeneización y, por tanto, el carisma se define como la esencia de la representación política. el líder se convierte así en un producto de símbolos y su actividad, ya no concebida como “actuar para” comienza a identificarse con un liderazgo efectivo. (Laclau, 2004:202)

La evaluación de la eficacia de los gobernantes es otra de las características ya enunciadas con anterioridad y está más relacionada con la satisfacción inmediata que los electores tuvieron con el representante elegido, en este sentido, las concepciones modernas de la democracia representativa permiten que dentro de las diferentes categorizaciones de las acciones tanto de gobernantes como de gobernados dentro del sistema democrático se inserten otros procesos como los comunicativos, de opinión pública y de movilizaciones con el fin de conseguir también voz e influencia dentro de la representación.

La definición formal ha caducado conforme diferentes sectores de la sociedad han sido politizados, sin embargo, la perspectiva elitista de la representación sigue siendo una forma constante en el estudio de la misma gracias a lo que Touraine llamaría *la corrupción política* y que otros autores ya habían analizado a través de la “plutocracia” y la partidocracia en la que se desempeña la representación como política mediada. (Touraine, 1994: 80). En la actualidad, este modelo elitista se ha orillado a los intereses económicos que los grupos dominantes a través de la cooptación de la soberanía del pueblo por encima de los representantes electos tienen y con ello han originado una crisis innegable dentro del sistema político

En resumen, la democracia moderna, de carácter representativo, ha establecido como uno de sus requerimientos la existencia y funcionamiento del pluralismo de opiniones expresadas por diferentes partidos políticos como organismos representantes de los intereses, convirtiéndolos en actores representativos de la ciudadanía a través de los cuales les es posible participar dado que los representantes como figuras políticas surgen de estos organismos.

La representación que se vive hoy en día se caracteriza por tener cierta personalización en tanto que los representantes son personas que toman iniciativas a la hora de poner una línea de división en el electorado que permita su segmentación y con ello, una mayor atención a la demandas expresadas en el espacio público (Manin, 1998: 276) esta personalización, como la mencionan otros autores como Marcos Kaplan⁶ (1987), se ha encargado de dar origen al descontento por parte de algunos sectores de la comunidad y a su vez ha generado estudios alterno referentes al mal funcionamiento del sistema político democrático.

⁶ Kaplan, M. (1987) *Estado y sociedad*. México: UNAM. Pp 133-219. Los últimos capítulos de este escrito hacen alusión a la personalización del poder como una forma de corrupción política bajo la que se sustenta el actual funcionamiento del Estado.

El estudio de la democracia representativa engloba ciertas contradicciones en sus análisis más actuales, en el sentido de que las motivaciones de los electores son diversas, es decir, ya no sólo por el carisma de los líderes, sino que se encuentran en momento en el que posiblemente sea más grande la necesidad de la solvencia de sus necesidades más próximas que la fidelidad partidista que guardan hacia algún personaje. Teorías inclinadas hacia el individualismo metodológico como la propuesta por Anthony Downs (1992) enfocado en la *rational choice*, desbaratan las premisas bajo las que se sostiene la democracia representativa restando toda capacidad del votante de guiarse por la persona y sí por sus intereses particulares, semejante a las teorías elitistas de la democracia, pero ampliadas hacia el electorado.

Sin embargo, en su sentido más clásico, la representatividad ha sido un elemento fundamental en la construcción de la democracia moderna y en la aclaración de conceptos complejos como la plutocracia y los gobiernos populistas; como destacó Touraine (2009:47), la política democrática (representativa) fue definida al servicio de ideas o categorías sociales y su lenguaje a partir de la liberación nacional frente a la defensa de los intereses particulares frente al bien común, por lo tanto, su definición estará dominada, desde cualquier punto de vista por dos categorías: la nación y la clase.

Voto y democracia: una variable en el análisis de la democracia moderna.

Lo sistemas de gobierno democráticos, tienen como una de sus características principales la realización de elecciones periódicas que permitan legitimar sus acciones y la consolidación de la participación política y electoral de los ciudadanos. En ese sentido, el voto se ha convertido en una de las variables que permiten explicar tanto la eficacia de la democracia a través de los estudios cuantitativos y cualitativos expresados en las encuestas y el comportamiento de los ciudadanos respecto al sistema que los rige.

El estudio de las votaciones se ha dividido en algunas corrientes del pensamiento político y económico que pretenden explicar el comportamiento de los individuos ante los procesos electorales, así como sus motivaciones para elegir entre diferentes propuestas, en ese sentido, “(...) la competición electoral no es más que la agregación de preferencias, actitudes, emociones de votantes individuales” (Sánchez, 2015: 69) y por tanto, el interés en el individuo es también una forma de comprender el funcionamiento de los sistemas representativos en la actualidad.

Como disciplina, la ciencia política se ha encargado de analizar la manera en la que el Estado organiza y lleva a cabo los asuntos públicos, a partir de ello, hacia el siglo XIX y XX, el comportamiento de los ciudadanos se hizo de especial interés en tanto que estos se encontraron implicados directamente en la elección de representantes a partir de la ampliación del voto, los procesos de industrialización y las movilizaciones, mismas que dieron lugar al estudio del comportamiento político a través de dos perspectivas: el conductismo (*behaviorism*) y el enfoque económico (*rational choice*), ambos con el objetivo de explicar por qué los individuos actuaban de tal o cual forma según el contexto.

La importancia de analizar este tipo de teorías dentro de esta investigación parte del hecho de que éstos fueron de los primeros enfoques en especializarse en la forma en la que votan los electores y las repercusiones que esto tiene dentro del ejercicio democrático abordando siempre la preocupación central del funcionamiento de las jóvenes democracias.

Es en ese sentido, que, dentro de una democracia de carácter representativo, con una naturaleza potencialmente masificada gracias a la expansión de los medios de comunicación, es que el análisis de las fracturas sociales y la manera en las que estas guían las orientaciones de los electores se hace pertinente para llegar a un análisis complejo del funcionamiento y surgimiento de la crisis de representación que se ve impulsada en su mayoría por la desafección política de los electores.

A raíz de la discusión generada por estas dos perspectivas y del debate naciente en la ciencia política sobre el origen de las preferencias electorales de los individuos que, a saber, atribuían por un lado a los factores sociales que influenciaban a los ciudadanos y que por otra parte se hablaba de un enfoque completamente individual que obedecía a la identidad partidista obtenida mediante los procesos de socialización que forman al sujeto, fueron tres las principales corrientes que dedicaron sus estudios a comprobar el carácter sociológico o individual del comportamiento político electoral y con ello la formas de operar de la democracia moderna.

a) Teoría sociológica

La perspectiva sociológica del análisis del comportamiento político parte de la función y la correlación que tiene el individuo con la sociedad. La generación de identidades tanto políticas como socioeconómicas llevan a la formación de bloques con comportamientos comunes e identificaciones sociales que traen consigo alineamientos y divisiones en el tejido social.

La teoría de los clivajes (*cleavage*) acuñada por Martin Lipset y Stein Rokkan (1992), fue la que representó esta forma de ver el comportamiento de los individuos en momentos coyunturales como los procesos electorales caracterizados por la polarización y la división social a partir de las diferencias sociales y económicas de los individuos; a pesar de no existir una definición operativa del término, su aplicación se ha dividido en lo que se considera un clivaje social o político.

El origen del término se remonta a la creación de los Estados- nación, por lo que se trata de un concepto moderno asociado a las primeras organizaciones libres. Su estructura se configura a través de cuatro tipos de clivajes que obedecen a diferentes momentos en la historia:

1. Clivaje centro- periferia: se da a partir de problemas originados por la falta de cohesión social y tienden a ser causados por diferencias entre religión, idioma y origen territorial. Como resultado de estas disputas, pueden crearse grupos regionalistas o bien que defiendan el interés nacional.
2. Clivaje religioso: es la segmentación que se origina tras la discusión sobre los límites de control que tiene lo religioso sobre los asuntos políticos. Dentro de esta división se encuentra la discusión de la secularización para llevar a cabo actividades políticas objetivas fundamentadas en la ley y no en la divinidad. Este clivaje puede dar como resultado bloques confesionales o laicos.
3. Clivaje industrial: se origina con la industrialización de los campos agrícolas y demanda primordialmente la libertad de comercio y la libertad agrícola dando como resultado partidos campesinos que pretenden establecerse como un sector modernizados gracias a la Revolución.
4. Clivaje de clase: se fundamenta en la relación entre los propietarios y sus trabajadores o los capitalistas y la mano de obra, este clivaje es el que brinda las bases para la creación de partidos políticos con diferente orientación destacando la fragmentación del espectro político.

en donde los que sean de clase baja formarán los partidos de izquierda y los de mayor ingreso serán los de derecha.

En términos formales de lo político, el clivaje es un conjunto de rasgos sociales que tiene el individuo en su calidad de sujeto político y que, en sintonía con el grupo al que pertenece, así como la identidad que le da su preferencia política van a condicionar su comportamiento político y su relación con los demás, situándolo como oponente o aliado de otras identidades políticas. En este sentido, es importante señalar que el clivaje como segmentación no pretende establecer una división ideológica, sino que tiene, como base la división e identificación social. (Sánchez, 2015: 48)

Esta definición tiene como variante dos tipos de estructuras en la formación de clivajes, por un lado se encuentran los de carácter natural que obedecen a los procesos históricos de la sociedad y que además afecta a grupos con rasgos comunes; por otra parte, los clivajes estructurales se caracterizan por ser aquellos que hace alusión a las divisiones sociales, cambiando las estructuras bajo las que se rige la sociedad de manera repentina, modificando la orientación de los ciudadanos acorde a lo que les acontece.

El clivaje estructural es de vital importancia en el análisis de los procesos electorales en tanto que describe los alineamientos y realineamientos partidistas de los ciudadanos y refuerza la idea de la división que provoca el clivaje de clase. La pertenencia y la generación de identidad de los polos que promueve esta división permite también identificar el tipo de elecciones que se van a llevar a cabo, así como una previa evaluación de la calidad de la democracia.

b) Teoría psicológica

Por otra parte, el enfoque psicologista como refutación a la acción sociológica del individuo en su comportamiento electoral propone una visión orillada al individualismo en donde el elector vota acorde a los procesos cognitivos que se desarrollan dentro de él mediante la formación de la identidad partidista. Este estudio tiene su máxima expresión a partir de los análisis de Gabriel Almond y Sidney Verba (1963) sobre la conformación de la cultura cívica y política mediante procesos complejos de abstracción de la realidad llevados a cabo en diferentes etapas y con diferentes grados de desarrollo en tanto que la cultura cívica en forma no se obtiene sino hasta que se completa el proceso de modernización y, por lo tanto, el ejercicio óptimo de la democracia.

Para esta perspectiva, el individuo como centro del análisis comportamiento político electoral, tiene la tarea principal de decidir, elegir y con ello dar cabida al tipo de gobierno que conviene a sus demandas, a partir de ello, es posible afirmar que todos los elementos constitutivos dentro de una democracia se encuentran principalmente en los individuos. (Sánchez, 2015:77) y que, por lo tanto, todo aquello que forma parte del sistema democrático representativo (pluralismo, partidos políticos, asociaciones, movilizaciones y el poder en sí mismo) va a tener su origen en el individuo.

El interés en el individuo no es espontáneo, diversos estudiosos de la formación del individuo y de los procesos de internalización y abstracción de su realidad han afirmado que, durante su inserción a lo social forman una visión completa a largo y corto plazo que, a futuro determina también las decisiones y preferencias políticas que el individuo va a tener. La distinción que deriva de la perspectiva sociológica y psicológica no sólo se ubica dentro del campo de acción del individuo sino del alcance de la transformación del sujeto ante los procesos electorales.

En ese sentido, la formación de la identidad partidista como una manera en la que el individuo define sus preferencias no se sitúa sólo en el terreno sino que conlleva una modificación radical en su manera de pensar a partir de su experiencia individual, incluyendo otras variables que van a determinar la intensidad con la que se sigue a un partido político, por ejemplo, o apoyando a las opciones electorales que mejor le convengan en el momento siempre basándose en la experiencia individual y no influenciado por una división de clase o un sentido de pertenencia social.

El proceso que influye en la formación de los individuos es político, desde la infancia hasta la edad adulta, la socialización y su relación con las instituciones van a determinar la participación y relación que tenga con estas, las afiliaciones a partidos, la motivación hacia las diferentes formas de participación y el nivel de cultura política son acciones individuales que impactan en lo colectivo, es bajo esta premisa que la motivación del voto se ve influenciado por un elemento de largo plazo y otro de corto plazo, mismos que complejizan el análisis individualista del comportamiento político y que brindan resultados inestables sobre la eficacia de la democracia gracias a las transformaciones constantes que tiene el individuo tanto en los factores contextuales como en la identidad partidista a la que se apegue.

c) Teoría económica

El enfoque económico del comportamiento político está basado en el individuo y en el cómo éste a partir de una decisión racional va a determinar su preferencia electoral con diferentes cuestiones de por medio que por lo general están relacionadas con momentos de corto plazo que se caracterizan por ser necesidades inmediatas que buscan ser satisfechas a la brevedad, el voto entonces se ve condicionado por lo que ofrecen las campañas y el éxito va a estar determinado por la capacidad de los políticos candidatos de comprender el espacio en el que se desarrollan tomando en consideración que el voto no es prospectivo y que busca conseguir lo que el gobierno en turno no le proporcionó.

Por otra parte, estos mismos estudios han desarrollado posibles teorías en donde las motivaciones y acciones para votar basadas en la satisfacción de las demandas que garantizan o no la representación de las necesidades a través de la elección de las ofertas electorales más convincentes y próximas a los requerimientos. Ante esta perspectiva, el comportamiento político desde la economía a través de Anthony Downs (1992) se ha encargado de desarrollar un estudio sobre el comportamiento de los electores dentro de una democracia de carácter representativo en donde es por medio de las elecciones que los votantes y en este caso, los gobernados decidirán las condiciones bajo las que operarán los gobernantes regidos por las solicitudes que los electores hagan y el sentido de responsabilidad que los elegidos tengan respecto a las promesas de campaña.

La decadencia de la democracia: el nacimiento de la crisis de representatividad

2.1. ¿Qué es la crisis de representatividad?

De la democracia a la crisis

Desde su implantación como sistema de gobierno, la democracia representativa ha tenido en sus fundamentos críticas severas sobre la poca operatividad en su ejercicio, la decadencia de los

gobernantes cobijados dentro de la representación se caracterizó como un gobierno en crisis permanente con escenarios contrapuestos que fomentaron la incertidumbre en los electores y con ello desconfianza y falta de credibilidad en las instituciones representativas.

La democracia, en su concepción más general es el gobierno del pueblo, este pueblo considera dentro de sí al conglomerado de clases que componen el entramado social, en su calidad de representativo, tiene la obligación casi implícita de dirigirse a las mayorías para evitar caer en crisis, de esta afirmación, se deriva también por ejemplo el hecho de que, los partidos izquierdistas pongan énfasis en esta preocupación por las mayorías a partir de programas sociales y políticas de clase (Touraine, 2015: 94) dejando de lado a los grupos que se encargan de satisfacer sus intereses individuales.

La volatilidad que tiene la democracia en todas sus expresiones ha llevado a que ésta se considere un sistema utópico en donde es casi imposible que el pueblo verdaderamente gobierne, esto es por la incapacidad de deliberación, manifestación y organización con la que cuenta la sociedad gracias a la escasa cultura política que tienen instituida.

A partir de lo anterior, la democracia representativa contiene en sí una crítica en donde se destaca la facilidad dentro del sistema de corromperse, perdiendo de esa manera sus fines como portavoz de la soberanía del pueblo y distanciándose de las demandas colectivas. De esta manera, muchas de las críticas que se hacen al funcionamiento de este tipo de democracia recaen en el poder que tiene el representante y las formas de regularlo con el objetivo de que éste no pierda su objetivo.

Las teorías del malestar con la democracia, por ejemplo, son una vertiente del análisis de la decadencia de la democracia en tanto que estas perspectivas destacan el mal funcionamiento de este sistema y las repercusiones que ha tenido en la conformación de la ciudadanía. El malestar con la democracia se manifiesta directamente en el interés de las y los ciudadanos en los asuntos políticos contribuyendo a la reducción de su participación en las elecciones o en su relación directa con los organismos de la política. Esta perspectiva se analiza de manera unidireccional de “abajo hacia arriba”, clara diferencia con el análisis de la crisis de la representación en donde se incluyen otros actores como los políticos, los miembros de sus campañas o gabinetes, así como los medios de comunicación.

Como concepto, su definición deviene de la representación y se forma a partir de las bases de esta pero ya corrompida, es decir, el bien colectivo es interpretado como un bien de unos cuantos y las demandas a las que la sociedad se apega no son sino sólo discursos vacíos de campaña que no culminan en la realización de política gubernamentales o acciones que lleven a su satisfacción.

En su generalidad y de manera reduccionista, la crisis de la representación se establece a partir de la falta de confianza en las instituciones, la poca identificación que la ciudadanía tiene hacia los diferentes poderes políticos que se disputan el poder entre ellos, partidos políticos, medios de comunicación y organizaciones como movimientos sociales y de la sociedad civil, aunado a ello, está la falta de legitimidad y el estado de ingobernabilidad en la que están sumidas las democracias gracias al enriquecimiento de las elites a partir de su ejercicio como representantes y el abandono de la causa común que conlleva gobernar.

En este sentido, es destacable señalar que la definición de la crisis de la representación posee cierta ambigüedad ya que el grado de la crisis se relaciona directamente con los intereses del representante

y a los diferentes factores que influyen en la generación de esta crisis, por ejemplo, la inclusión de los medios de comunicación como elemento fundamental para gobernar o el desequilibrio en el funcionamiento del Estado dejando de lado a la ciudadanía, así es posible afirmar que la democracia históricamente trae siempre consigo una “contra democracia” (Rosanvallón en Tahar, 2012: 20) que genera incertidumbre, disfunciones, vaciamientos y desencantos y que es elemental para las conquistas y los avances de esa misma.

Sin embargo, una de las aproximaciones que pueden hacerse para referirse a esta crisis tiene que ver con la fractura generada entre gobernantes y gobernados a partir de a falta de credibilidad y confianza en sus propuestas durante la campaña y sus acciones realizadas durante su gestión. Uno de los objetivos principales de la representación es conseguir la unificación de la heterogeneidad de demandas con el fin de que se conforme un agregado representativo que conjugue las necesidades sociales. A partir de esta premisa, suele analizarse el surgimiento de la crisis de representatividad en tanto que los gobernantes electos tienen la posibilidad de ignorar las demandas y gobernar con fines alejados de la sociedad.

La crisis de la representación está caracterizada por todas las contradicciones que los críticos señalaron de este sistema político más allá de la imposibilidad de que se atendiera a las demandas de los electores, esta crisis que se ha convertido en una forma de gobernar por sí misma representa otra serie de conflictos que tiene que ver con la escasa participación por parte de los electores debido a la desmotivación asociada a las incapacidades de los gobernantes de generar identidad

A partir de lo anterior, un autor que ha analizado la crisis de la representación desde a comunicación, Alain Touraine, señalaba que dentro de un gobierno con crisis de representación las bases sociales están debilitadas a partir de las oposiciones salidas de diferentes clases sociales, así como del interés de la clase gobernante en los medios de comunicación. Este estado de crisis se caracteriza por tener un desprendimiento de la esfera civil a partir de su distanciamiento de los organismos sociales como los partidos políticos, a partir de ello es posible afirmar que “no puede haber una democracia representativa si los actores sociales no son capaces de dar sentido a su acceso en lugar de los partidos políticos” (Touraine, 2015: 84).

Como fruto de ello, la degeneración de la democracia de representantes se ve fragmentada no sólo por la distancia entre el gobierno y sus organismos, así como de los intereses colectivos sino por la necesidad constante de representación y delegación del poder a la que se ven sometidos los ciudadanos mediante cierto contrato social y es motivo por el que se crean otros bloques alejados del poder, pero con el fin de ejercerlo en algún momento. La democracia de partidos señalada con anterioridad es un intento de integrar todas y cada una de las ideologías de las diferentes comunidades en una sola.

Aunado a ello, ante el déficit de la democracia, como ha llamado Norris (2011) a la crisis de la representación del poder político, hay un surgimiento de diferentes fuerzas que buscan hacerse del poder político, tal es el caso de los movimientos y nuevos partidos políticos que tienen como fin contraponerse a las decisiones gubernamentales y reestructurar el modelo bajo el que funciona el régimen democrático, es decir, romper con los tradicionalismos con los que opera la democracia representativa y con ello regenerar el tejido entre gobernantes y gobernados,

Este déficit de la democracia elimina el posible aprendizaje que los ciudadanos puedan tener sobre la misma y el impacto de su participación dentro de la vida política, asimismo implica la pérdida del ejercicio plural, distintivo de la democracia a partir de la supremacía del poder económico sobre el político como una condición necesaria para la regulación de las lógicas del mercado a las que someten los estados para no quedarse detrás del progreso, esta dinámica bajo la que funcionan las democracias en la actualidad instauran gobiernos oligárquicos en donde las posibilidades reales de decisión ciudadana son reducidas a la competencia entre las élites económicas tradicionales que siempre están dentro del poder.

Dentro de un gobierno en crisis, es necesario que los actores políticos estén sometidos a las demandas para que la representación se restablezca, dentro de estos actores están los partidos que, como se verá más adelante, al ser estos la institución creada por y de la sociedad, son los que más rápido pierden el sentido bajo el que fueron fundados.

La crisis de la democracia representativa, como se ha señalado con anterioridad, ha sido evaluada a partir de la ineficacia que tienen los gobiernos para atender las demandas sociales. Sin embargo, la incursión de los medios de comunicación como mediadores permiten abrir las posibilidades a nuevas formas de detonar la crisis ya no sólo por el accionar de los gobernantes sino por percibir el poder desde actores ajenos a lo que se consideraba el personal político.

A partir de lo anterior, es predecible que existan otros canales detonantes de la crisis y que la sociedad misma pueda estar incluida en uno de ellos a partir de la indecisión, el abstencionismo y la imposibilidad de comprender que las propuestas electorales y los planes de gobierno posteriormente mismos que no se acotan a las necesidades individuales sino que están conformadas por todo un proceso de selección, distribución y análisis de mercados electorales que les permiten a los candidatos, gobernantes e instituciones proponer iniciativas que tratan de generalizar cada particularidad de comunidades e individuos insatisfechos.

El estado en el que se encuentran los gobiernos gracias a la crisis de representación que consume el poder popular sobre el poder político provoca un estado de deslegitimación a partir de las prácticas, decisiones y teorías bajo las que se fundamenta el sistema; el sistema representativo está conformado por una lógica jerárquica más fácil de corromperse conformada por el Estado como el poder institucionalizado en sí mismo, la sociedad civil como centro de las demandas y el gobierno como el ejercicio del poder político institucionalizado, el ejercicio de la representación política al ser autónomo en cuando al ejercicio del poder político, esto es, dentro del accionar del gobernante, es más propenso a convertirse en un instrumento orientado a los fines privados, la crisis de la representación nace bajo esa lógica y se mantiene siempre y cuando la sociedad civil no demande lo contrario a través de las urnas o mediante movimientos sociales.

Un estado con una crisis de representación no permite que se generen consensos en las decisiones que el gobierno quiere tomar y las demandas de la sociedad, esta crisis no sólo es la escisión de vínculos que permiten el buen gobierno sino que perjudica cada uno de los núcleos de la sociedad que influyen dentro de la vida política como los actores sociales, las identidades y funciones de agregación de partidos y organizaciones así como el deterioro de la unidad jurídica y política del Estado (Novaro, 2000: 18)

Los núcleos detonantes de la crisis.

Sociedad Civil e instituciones: los núcleos imperceptibles

El surgimiento de la crisis de representación suele verse desde una perspectiva que sólo se atribuye al mal ejercicio de los gobiernos, sin embargo, algo de culpa hay también en el desempeño de la ciudadanía en tanto que ésta también es responsable de los actos políticos que repercuten en el desarrollo de la democracia a través de su participación.

La “sociedad civil” entendida desde la perspectiva dusseliana como lo no político, es decir el sujeto que en su contexto político no es un representante se contrapone a lo que se entiende como “sociedad política”, a diferencia de que ésta es definida por Dussel (2008: 56) como el nivel más alto institucional del poder delegado del pueblo, mismo que ya tiene el poder de ser representante

La inclusión de la sociedad civil dentro de los procesos democráticos que conforman al sistema político es uno de los factores que, por contradictorio que parezca, lleva también a la crisis de la representación; Pipa Norris señalaba que, el surgimiento de los ciudadanos críticos, conscientes de los acontecimientos políticos y sociales, así como económicos que ocurren a su alrededor es un detonante de la generación de la insatisfacción con la democracia, claro ejemplo es la última década del siglo XX en donde puede percibirse no sólo el malestar con el ejercicio democrático sino con las instituciones, el desempeño del régimen y la falta de confianza hacia la clase política designada (Norris, 2005: 6)

En ese sentido, es destacable señalar que el estudio de la crisis de representación no se reduce meramente a la corrupción de los partidos políticos a pesar de que esta sea la forma más sencilla de ubicar el detonante si no de una crisis, si de un malestar con las formas de representación y que por el contrario, puede englobarse en una malestar hacia todo tipo de instituciones siempre y cuando estas pierdan su interés en la sociedad civil o cuando se reduce la gravedad de los problemas de los que los gobernantes, instituciones o sujetos representantes deben hacerse cargo. (Touraine, 2015: 91).

Dentro del estado de crisis representativa está inmersa toda la sociedad como actores sujetos a las demandas que solicitan, su papel como actor principal está dentro también de la conformación de los partidos, de organizaciones y movimientos que pueden ser un contrapeso para el representante que ha perdido su razón social de ser, la sociedad civil es uno de los núcleos principales de la crisis de representación ya sea gracias a su incapacidad de movilización contra la pérdida de los fines de los representantes o a partir del interés que estos tienen hacia la política. Esta desafección es uno de los factores más importantes en la generación de la crisis ya que esta se traduce en desencanto y desconfianza hacia los procesos políticos.

Así cómo es posible definir que la crisis de representación deviene necesariamente de lo político y la política, es también posible señalar que no se trata de una balanza que se equilibra con las demandas sociales, las instituciones que cumplen y le gobierno que rinde cuentas, la democracia, como lo señalaría de manera insistente Dussel (2008) es un sistema inacabado, este carácter le permite no sólo esbozar otras alternativas desde las que es posible analizar de donde proviene su crisis y sus fallas en la generalidad sino que es un factor mediante el cual pueden resaltarse otros aspectos de la crisis como

el hecho de que el gobierno en su función de “educador”⁷ no provee de los elementos necesarios para que la ciudadanía se interese en la política, esto es, fomente una formación cívica y política necesaria para que todas las esferas en las que se desenvuelve estén insertas en el sistema.

La participación de algunos sectores dentro de la generación de la crisis de representación suele ser imperceptible porque sus acciones pueden interpretarse como funciones dentro de la sociedad o del Estado (Kaplan, 1978) o porque el análisis no ha sido lo suficientemente minucioso como para desentramar la relación intrínseca entre sociedad civil y el ejercicio del estado y considerar a esta como un actor en la generación de la crisis.

Uno de los ejemplos a partir de los cuales es posible identificar la contribución de la sociedad en la generación de la crisis es la normalización de la abstención política como una manifestación que no se toma en consideración dentro de los índices de participación, es producto de la poca cultura política que tiene la ciudadanía estados.

Llevar lo extraordinario a lo ordinario es una de las razones por las que la sociedad es también núcleo de la crisis, la monotonía consume las practicas revolucionarias, la lucha y la demanda a los representantes, eje rector de la democracia representativa. Como señalaría Zizek,

“Revolución” es una manera de estar en el mundo, por eso debe ser permanente. Al mismo tiempo, debe asegurarse que las personas que han salido a la calle perciban que se dan cambios, que aquello por lo que se han movilizadado en efecto se ha producido o está en vías de hacerlo. Esto exige un cierto grado de ruptura simbólica en la propia revolución, un estado dialéctico interno que no cesa. En este punto no tenemos que ser fetichistas de la democracia, porque muchas veces es una forma aterciopelada de sofocar la dinámica revolucionaria. La revolución debe revolucionar una y otra vez, y esa es su paradoja: habla de la posibilidad de algo nuevo, diferente, pero también de una esperanza que no sabe exactamente cómo encontrar. (Zizek, 2018)

Se ha perdido la naturaleza revolucionaria de la sociedad porque hay otro tipo de preocupaciones que tienen que ver más con las necesidades inmediatas más que con establecer políticas a largo plazo, cuando inician los periodos de campaña el interés primordial de las estrategias de posicionamiento de los políticos no es incentivar revoluciones sino estar dentro del marco de las demandas más próximas para conseguir el triunfo en el proceso electivo, por otra parte las opciones electorales que llegan a proponer movilizaciones y cambios trascendentales en la vida política en general suelen tener promesas de cambio no próximas y por el bien común.

Analizar a los actores que están dentro de la crisis de representación no sólo conlleva hablar de partidos y organizaciones emanadas de la sociedad, como se ha mencionado con anterioridad, las instituciones como actores de representación han perdido también los fines bajo las que han ido fundamentadas, estas como señalará North “son las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma

⁷ Sobre esta función, Marcos Kaplan señala que de entre las características y funciones del estado, está su obligación por fungir como un canal de información a partir de la educación y la propaganda, este señala que hay una necesidad de socialización misma determinada por la pedagogía cotidiana que incentiva los valores, la conservación de la historia, la incorporación de la sociedad en los procesos político- sociales, la cohesión colectiva, la formación de intelectuales y la preparación de sus ciudadanos en materia económica, política y social (Kaplan, 1978) esto se traduce en el ejercicio de los gobiernos en la formación de la cultura política y cívica, la desvinculación de la sociedad con la política deviene de una falla en esta función del gobierno y en el desinterés de la ciudadanía en su devenir político y con ello económico y social dejando al Estado y a los actores que lo componen como responsables de las acciones.

a la interacción humana y estructuran incentivos en el intercambio, sea político, social o económico de la sociedad” (North, 1990: 13), la pérdida en fines, estructura y función de las instituciones fungiendo éstas también como un aliado de los representantes de intereses particulares son un incentivo importante en la motivación de la desafección de los ciudadanos hacia la política y sus prácticas.

Las instituciones como un órgano creado para la mediación entre la ciudadanía y el Estado son producto de las demandas de los mismo ciudadanos, la especialización que deviene de su creación tienen como fin ideal brindar mayor atención a la multiplicidad de demandas que tiene la sociedad, si bien en su mayoría las instituciones son creadas en beneficio de la sociedad, estas se han ido fusionando con los intereses de los gobernantes y con ello han dejado de lado la dirección social y se han dirigido solamente a los intereses de los representantes. Hoy en día, las instituciones en las democracias funcionan como un organismo de y para el estado, como regulador y como servicio de la sociedad más que emanado de ella.

Los partidos políticos: corrupción de la representación institucional.

En las democracias representativas, los partidos políticos se presentan como articuladores entre las demandas de la sociedad civil y las instituciones gubernamentales de toma de decisiones, son vías de expresión de las demandas (Montes y Torreblanca, 2017: 105) sociales y con ello se posicionan como el organismo por excelencia representativo de la sociedad, su formación ideal basada en la integración de la ciudadanía en la vida política, hace que de él emane todo tipo de autoridad y que gracias a ellos sea posible ser participe en la deliberación. Sin embargo, dejar dentro de estos organismos todo el poder de la soberanía del pueblo conforma un sistema débil si es que el sistema de partidos no está dando como resultado la satisfacción de las demandas de los sectores a los que representan.

Los partidos políticos, como organismo encargado de mediar en las relaciones de la ciudadanía y el estado han sido corrompidos dejando de lado su base social y apelando a los intereses económicos que sus dirigentes tienen. La desconfianza y deslegitimación que la sociedad tiene hacia la política está íntimamente relacionada con la poca fiabilidad que tienen los partidos políticos y sus candidatos. La pluralidad partidista es uno de los fundamentos de la democracia, la posibilidad de tener una amplia oferta en el proceso electivo y la capacidad de redirigir las orientaciones, afinidades e ideologías hacia algún lado del espectro ideológico da pie a que se creen cuantos partidos sean necesarios para competir por el poder político basados en las necesidades que ellos creen más importantes.

Sin embargo, una de las apuestas para reducir la crisis dentro de los partidos políticos es precisamente, detener el flujo de creación de más partidos políticos para evitar que los electores se vean bombardeados de propuestas sin saber realmente por quién decidirse, esta confusión ha llevado a que, en un primer momento, los votantes pierdan el interés en el proceso electoral y en un segundo que no hagan un “voto diferenciado” y se queden con las propuestas que más consideran confiables.

La crisis de la democracia representativa, además de estar influenciada por la falta de formación política de la sociedad y el incumplimiento en las funciones de las instituciones, se atribuye su generación con mayor frecuencia a la decadencia de los partidos de masas, estos se presentaron como una alternativa a los poderes autoritarios fijando la posibilidad de una pluralidad de opciones a elegir

según las necesidades y terminaron por convertirse en un órgano incapaz de formar una mayoría que fungieran como contrapeso debilitando así, su fuerza política (Offe, 1985: 67)

La pérdida de la identidad de los electores con los principios del partido y la fragmentación en la estructura organizativa de los mismos, así como la integración de los partidos a otras movilizaciones y viceversa han provocado una disolución en las formas en las que se entiende el partido político, ya no como una organización de la sociedad sino como un micrónúcleo de poder que rompe con la idea tradicional de la democracia de partidos. Estos organismos emanados de la sociedad civil se han convertido en maquinarias electorales que tienen como fin obtener todos los cargos políticos posibles para conseguir mayor influencia en las decisiones políticas no con fines sociales sino bajo la dirigencia del interés burocrático que ya no conglomeraba militantes sino profesionales de la política dispuestos a competir en mercados electorales no ideológico (Panbianco, 1982)

Las acciones de los representantes o candidatos a la representación han provocado el aumento de la desconfianza en los partidos políticos, las instituciones y el gobierno, el malestar y la desaprobación de las acciones de estos organismos se traduce en un incremento del desinterés en la política que reduce las posibilidades de que los electores exijan rendición de cuentas hacia sus representantes (*accountability*), esto conduce a una transformación radical de la sociedad que modifica las demandas que éstos tienen hacia los políticos rebasando las posibilidades de homogeneizar dichas necesidades y otorgar propuestas innovadoras que proporcionen un valor diferencial entre los diferentes partidos (Hetherington, 2001: 621-622).

La competencia electoral, como momento culminante en el esfuerzo de los diferentes candidatos por convencer a los ciudadanos de que son la mejor opción de representación, se ve reflejada en las posibilidades de los programas y propuestas de fungir como canalizadores (Geer, 1991: 434- 453) de los requerimientos sociales y como los encargados de instaurar certidumbre y equilibrio político a partir del detenimiento en el surgimiento de nuevas fuerzas políticas que sean contrapeso del poder. Esta estabilidad generada a partir de la adaptación de los programas electorales a la opinión pública y a los intereses sociales puede entenderse a partir de dos ejes, por un lado como un favorecimiento de los de siempre y la negación nuevamente de la pluralidad que lleva al votante a decidirse por opciones diferentes a las que están en el poder o por el contrario como parte de un *responsible party government* en donde la estabilidad electoral va acompañada de propuestas que no generan confusión en los electores y por tanto no llevan a la transformación de sus orientaciones históricas (Cantillana, *et al*, 2017: 253)

En ese sentido, el ideal del sistema de partidos será regresar a la alineación partidista y a los clivajes tradicionales que dividen la vida social y con ello lograr forjar una polarización positiva para el ejercicio democrático en donde es posible que las élites políticas y sus candidatos opten por establecer programas distinguibles que permitan diferenciar las propuestas electorales y con ello fomentar la disminución de la crisis de la representación en los partidos políticos a través del esclarecimiento de sus funciones.

La insatisfacción con los organismos emanados de la sociedad edifica una contradicción para sí mismos de sus fines y una violación a los estatutos bajo los que fueron creados, la elitización del poder como se ha visto con anterioridad es el mal que la democracia tiene que combatir como una de las medidas para que los preceptos bajo los que se llevan a cabo los procesos de designación de

representantes no sólo se quede en el ejercicio de los partidos políticos sino que dentro de tal designación esté la voz de todos los ciudadanos.

Si bien, la democracia de partidos se ha visto como el sistema bajo el que la representación popular es más cercana al ideal gracias a la noción de que los partidos políticos son producto de acuerdos sociales, la corrupción en sus métodos y formas que ya han sido analizadas, señalan a su ejercicio como una de las corrupciones más peligrosas por alejarse incluso de la voluntad de los miembros que lo componen (Touraine, 2001 :85)

En su sentido más utópico el partido político como organismo con un conjunto de demandas en común es funcional en tanto que permite conglomerar lo múltiples intereses, también es cierto que sus prácticas han sido corrompidas en tanto que algunos de ellos, se fusionan con los intereses de las élites políticas más que con los intereses ciudadanos o incluso ellos mismos se vuelven esferas de poder económico y político que no buscan más que hacerse de algún cargo público para poder obtener mayor ingreso.

Esta corrupción da origen a lo que se ha denominado “partidocracia” y se define por la ocupación de partidos políticos conformados por élites que ejercen el poder y que, a través de prácticas democráticas, funcionan como organismos reconocidos institucionalmente, la percepción de los ciudadanos sobre esta crisis es la conglomeración del malestar con el poder político en su totalidad partiendo de la desconfianza que tienen en los sectores próximos que los representan.

La instauración de la democracia de partidos como una de las formas de gobierno dentro de la democracia fomenta la crisis de representación dado que el poder se queda sólo en las élites políticas ya establecidas como lo son los partidos tradicionales. Establecer una democracia de partidos es entonces un “arma de doble filo” en el sentido de que, es posible regular el funcionamiento de los partidos a partir de la rendición de cuentas mediante el acercamiento a su organización y funciones, así como también es posible que la desafección política profundice la brecha que ya existe entre el gobierno, los organismos aparentemente sociales y las instituciones hacia los ciudadanos.

A partir de lo anterior, también es posible destacar que ante los obstáculos que el cambio en la sociedad trae consigo, una de sus inclinaciones cuando hay desconfianza en el partido político es confiar en la persona que representa las propuestas electorales del partido provocando así, variaciones en las votaciones según quienes estén dentro de la competencia electoral y con qué valores y personalidades se identifican. La confianza en la persona motiva a la participación y con ello es posible conseguir un aumento en la credibilidad de las acciones del sistema de partidos de forma aparente.

La transición de la democracia de partidos a la de audiencias y con ello la inclusión de la comunicación como un eje fundamental en la creación de personajes que proporcionen credibilidad y consigan un realineamiento partidista que le dé nuevamente créditos a los partidos políticos es también una de las soluciones que se han propuesto para dejar de lado la crisis e insertar a otro tipo de actores dentro del ejercicio político.

Lo económico y el gobierno: la crisis evidente de la democracia

La crisis de la representación se da en muchos ámbitos y no todos se han considerado dentro de una crisis general de la forma de gobernar. La génesis de otras crisis que son correlativas a la política como la económica es una de las principales formas de explicar el malestar que existe con los gobiernos, la crisis de la representación es también la crisis de los modelos y las formas económicas insostenibles como el estado de bienestar, esto como producto de los cambios en la división social, la educación y el debilitamiento de la voluntad colectiva que conlleva un rompimiento con la integración social (Novaro, 2000: 21)

Estas rupturas se traducen en crisis que ya no sólo están relacionadas con el buen ejercicio de los gobiernos sino con crisis sociales o culturales que fragmentan las formas de funcionamiento de la política en sí misma.

El entendimiento de la múltiple crisis que vive la democracia representativa tiene que entenderse a partir del conglomerado que conforma a la sociedad y no como un fenómeno aislado mero producto del Estado, se trata de dejar de atribuir a las formas de gobierno la responsabilidad total de fusionar a la sociedad y comprender que la crisis emana de todos los sectores sociales que han ido deteriorando las formas en las que estas ven el quehacer político.

La responsabilidad de rendir cuentas y de hacerse responsables de la sociedad a la que representan hace que los gobiernos fijen prioridades en cuanto a lo que consideran de mayor interés para la sociedad, ello limita a los gobernantes a solo fungir en el plano de lo económico como prioritario dado que las demandas recurrentes de la ciudadanía tienen que ver con la posibilidad de reducir el horizonte de escasez en el que habitan, de esta manera, la crisis, el malestar y la deslegitimación no ya de los partidos políticos como centro sino de un sistema completo devienen también de las imposibilidades de los gobiernos de lograr un desarrollo y no sólo un crecimiento. La falla en el desarrollo de la economía es el principal indicador de que el Estado está en crisis.

Reducir la crisis política al fallo en la economía es la forma más atinada de calificar a los gobiernos con jóvenes democracias, la incapacidad ya no reside sólo en representar de forma simbólica a los gobernados, sino que se traduce en una conjugación de actores que llevan consigo la responsabilidad y promesa de reducir la pobreza y proveer de los bienes materiales necesarios a la población que los eligió, este sin duda es un reto ya que ante la necesidad de generar crecimiento nacional, la ocupación de los cargos políticos por clases burocráticas y tecnocráticas es más frecuente y esta cimentada en la preocupación por los aspectos económicos de la vida política exterior más que el desarrollo interno.

La reducción de la crisis de la representación a la crisis económica conlleva no sólo el ejercicio del poder político, sino que, como la economía en sí misma, la crisis está inserta en el día a día de los ciudadanos. A partir de lo anterior, es posible deducir que el desarrollo económico, así como las crisis que se den en este ámbito va a influir directamente en el desarrollo humano de las personas determinando el acceso a la educación, al trabajo, a la posibilidad de acceder sus derechos políticos y civiles, así como su derecho a exigir ser representados.

La relación que existe entre lo político y la economía no es novedad para quienes aspiran a ser representantes o para quienes ya lo son, la elaboración de los planes de gobierno y de las estrategias de campaña están basadas en las necesidades socioeconómicas, esta característica es fundamental en el análisis de la crisis de representación en tanto que permite establecer si se trata de un verdadero

rechazo a los organismos como partidos político, organizaciones sociales e instituciones o de una apatía hacia sus formas de representar. (Dalton, 1999: 57-77)

La crisis emanada de la desigualdad económica y de la injusticia social que trae consigo la acumulación del capital por parte del estado puede llevar a que las propuestas de los políticos se inclinen hacia cambios radicales relacionados con la instauración de modelos internacionales basados en las dinámicas capitalistas con el fin de acelerar el crecimiento económico de un país, la poca consideración que se tiene por parte de los políticos interesados en la economía sobre las repercusiones que reformas de tipo neoliberal tienen sobre el comportamiento electoral de los ciudadanos ha llevado al incremento del descontento con la política y su formas de operación.

Este tipo de reformas económicas han llevado al debilitamiento de las expresiones ciudadanas fundamentales como la deliberación, misma que está bloqueada por la modernización liberal basada en liderazgos internacionales desapegados de los populares y fuertemente cargados de la perspectiva neoliberal capitalista del crecimiento económico por encima del desarrollo, perspectivas que deben hacerse presentes para despertar el sentimiento de representación y acercamiento del poder con sus valores propios.

Otra de las desventajas de este tipo de reformas postuladas desde la política y ejecutadas en el marco de lo económico es el cambio en las formas de operación del poder una vez electo el representante, el proceso de modernización al que se someten las democracias cuando asimilan la incursión de un gobierno basado en preceptos económicos lleva a una volatilidad en las propuestas y a la instauración de la autonomía de las figuras políticas en las propuestas electorales y las acciones de gobierno.

Combatir estas irregularidades en el desarrollo de la democracia permite no sólo un ejercicio optimo del gobierno hacia sus ciudadanos sino una reducción en la percepción de la crisis político, económica y social que se tiene. El progreso en el desarrollo de la sociedad debe ser visto a partir de la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos, por ello el discurso democrático que propone la igualdad constante como garantía del triunfo otorgado en las urnas, es sinónimo de una falsa estabilidad económica o un “estancamiento económico” que refleja la imposibilidad de los políticos por conjugar sus intereses particulares con las necesidades sociales. (Cordera, 2017: 68)

A partir de lo anterior, es destacable señalar que el proceso de modernización (que es parcialmente económico) al que se someten los gobiernos y en especial las jóvenes democracias de representación puede llevar a la instauración de un gobierno que no tenga coherencia en sus funciones y que devenga en una contradicción entre los intereses del orden político, el régimen económico y los fundamentos del discurso democrático que deja de lado la justicia social y convierte a los proyectos nacionales en propuestas empresariales en el mercado internacional.

Para remediar la crisis y las posibles desviaciones que la unión entre el poder económico y el político pueden tener, se requiere de un régimen capaz de combinar los intereses de los sectores que componen al estado dentro de los principios constitucionales que caracterizan a la democracia y con ello estructurar políticas inclinadas hacia el desarrollo económico eficaz, esto dilucida la necesidad de prestar atención no a las prácticas de la economía política como disciplina sino a los valores que emanan y rigen al poder político y económico para conseguir la instauración de un Estado basado en el bienestar social a partir de nuevas formas de cohesión y articulación.

Comunicación política y democracia representativa

3.1 Comunicación política: un campo de estudio

La transformación de lo que se conoce como espacio público a través de la historia, han permitido fijar la atención en las fuentes que se sitúan como enunciantes en la lógica comunicativa, sin embargo, una variable constante es aquella que hace referencia a la influencia que tiene el poder político en la formación de las opiniones de la ciudadanía a través de los mensajes que emite y las formas en las que esta ciudadanía los recibe (Ferry, J. 1998)

Aunado a lo anterior, es esta transformación lo que también abre la puerta al advenimiento de la democracia de masas, una etapa que consolidó el carácter representativo de los gobernantes y que situó en la esfera pública todo aquello que les pertenecía sólo a los políticos. De tal manera que lo político que no era público comenzó a considerarse como tema de posible corrupción. Este inicio de la democracia de masas modificó por completo a la opinión pública y por lo tanto a su proceso de formación, estableciendo las bases de lo que más adelante sería la comunicación política, disciplina que concretaría la definición del nuevo espacio público y la participación de tres actores fundamentales en los procesos de información: los políticos, los medios y la opinión pública.

En este nuevo espacio en el que se desarrolla el conflicto y consenso proveniente de los actores que conforman el modelo básico de la comunicación política, ya no se habla de una sociedad desinformada sino de un público participativo que, a través de su exposición a los medios y la política conforma su manera de ver la realidad. En ese sentido, los principios bajo los que se rige lo que se conoce como la *real politik* o la política pura, ya no se guían fundamentalmente por los presupuestos morales sino en las opiniones diversas de la sociedad emitidas gracias a la información que los medios les proyectan.

En resumen, el surgimiento del nuevo espacio público va de la mano con la mediatización de la política y con el descubrimiento del poder de los medios en manos de la política para ejercer técnicas de persuasión más eficaces, ya no reducidas a las formas tradicionales sino ampliando el público interesado. El desprendimiento de la política con la sociedad permite que la comunicación política pueda analizar a estos tres actores de manera separada y a su vez estructurar los modelos posibles a los que puede obedecer el comportamiento de la ciudadanía hacia la política.

En el desarrollo de la historia de la comunicación política hay vaivenes de inestabilidad surgidos por los conflictos armados del contexto en el que los efectos de los medios en los ciudadanos cobran sentido para algunos teóricos. Es un hecho que el interés resulta del uso de la propaganda como forma de persuasión tanto en la Primera como en la Segunda Guerra Mundial, los efectos de los medios tradicionales como la prensa y la radio en las decisiones electorales trastocan incluso las corrientes psicologistas que trataban de determinar la naturaleza del comportamiento humano ante estas crisis.

A partir de lo anterior, puede señalarse que los primeros análisis de la comunicación política como campo de conocimiento delimitado y reconocido comenzó con las primeras revisiones y críticas de los estudios electorales realizados entre los años 40 y 50 (Rospir, J, 2003: 35) y fue a lo largo de todo el siglo XX que esta nueva disciplina comenzó a desarrollarse en la academia como ensayos que buscaban estudiar la relación entre la opinión pública y la democracia de masas.

En ese sentido, los estudios en comunicación, previos a la Segunda Guerra Mundial, momento en el que dan inicio en materia formal los análisis de la comunicación política representaron una referencia a la influencia que tienen las campañas políticas, los mensajes y la publicidad electorales en los votantes, esto sin tener en mente aún el punto de inicio que se estaba esbozando para un nuevo campo de estudio en comunicación (Rogers, E. .2004: 3)

A partir de lo anterior, se puede hablar de una especialización en el campo de estudio que culminó con el nacimiento de nuevos modelos que permitían analizar más a detalle el rol de la política dentro de los medios y comunicación y como éstos se podían convertir una herramienta a la posteridad para elaborar estrategias que permitieran conseguir un acercamiento a la población.

Si bien, la comunicación política se trastoca con otras disciplinas como la ciencia política, la sociología y la antropología, es precisamente su carácter multidisciplinar lo que la sitúa en un campo privilegiado que permite ampliar la comprensión de la realidad y llevar a cabo la reflexión sobre los principales paradigmas de la teoría política y de las ciencias sociales (Mazzoleni, G. 1998)

Los primeros análisis previos al nacimiento de la comunicación política como campo de estudio

Es erróneo considerar que la comunicación política se acota a los estudios propagandísticos que devinieron de la época de posguerra. La comunicación política, como lo afirma Mazzoleni (1998) se remonta a la tradición grecolatina de la retórica filosófica en donde ya existían las nociones de poder, autoridad y democracia, así como la forma en la que los estratos políticos más altos se comunicaban con los ciudadanos libres, fue también herencia de la tradición griega el uso de algunas herramientas electorales como la dialéctica, el clientelismo y las ideas de candidato y clientelismo.

El desarrollo histórico de la comunicación política moderna va de la mano con la apertura del voto a la masa hacia el siglo XIX como uno de los logros en la conformación de los nuevos estados. Esta apertura electoral permite que se genere un clima de opinión de enfrentamientos y búsqueda de consensos mediante campañas hacia los votantes, esto se traduce en las primeras estrategias sólidas de comunicación política dirigida hacia los momentos electorales.

Pese a estas expresiones, la atribución del nombre a la disciplina no se origina sino hasta el siglo XX, siglo en el que nace también la noción de la comunicación política moderna y donde los medios de comunicación nuevos como la televisión y los tradicionales como la radio y la prensa, cobran relevancia como actores políticos.

Una vez inaugurada la comunicación política moderna en el grueso de los estudios en comunicación que se fueron realizando de manera paulatina y mayormente por la corriente psicológica y que tenían avances sobre, por ejemplo la recepción de los mensajes publicitarios de los medios y los flujos comunicacionales que estos emitían así como la capacidad de respuesta existente, la comunicación política llegó a poner énfasis en la reacción y la respuesta así como las formas de persuasión contenidas en los mensajes de los medios con carácter político.

A lo largo de lo que fue el siglo XX, el análisis de la comunicación política cobra un sentido negativo por el uso propagandístico que se le atribuye a sus estrategias y funcionamientos durante las Guerras Mundiales que ocurrieron en este periodo. Fueron estas técnicas las que despertaron el interés de

estudiosos estadounidenses como Walter Lippmann, Harold Lasswell y Paul Lazarsfeld, pioneros en los estudios políticos de la comunicación.

En su análisis de la opinión pública, uno de los fundantes de los estudios de lo que se concibió como la comunicación política moderna, Lippmann se aproximó a lo que más adelante sería el estudio de la *agenda setting* a través de su interés en la identificación del papel de los medios en la formación de las opiniones de los ciudadanos dentro de un sistema democrático.

A partir de lo anterior, una de las directrices que se delineó con el análisis de Lippmann se relacionó con el valor de la democracia participativa a través del impulso de una prensa libre y responsable que produjera ciudadanos informados que fueran capaces de emitir opiniones inteligentes, de tal manera que los primeros análisis de la comunicación política, además de tener una fuerte carga periodística, fueron estimulados por una creciente preocupación sobre la normatividad de la prensa (Rogers, E, 2004:4)

Fueron varias las vertientes que le precedieron a Lippmann y la corriente de los análisis de contenido tal es el caso de Lasswell y la formalización de la metodología para llevar a cabo el análisis de los mensajes propagandísticos a través de un modelo de cinco preguntas sobre el cuerpo de los mensajes: quién dice qué a quién, a través de qué canales y con qué efectos. Esta metodología tenía como propósito filtrar el contenido de la propaganda y con ello dar información más exacta sobre lo que dicen los políticos a través de la prensa.

La especialización del estudio de la comunicación política comenzó a fijar su atención no sólo en los mensajes políticos de los medios de comunicación de masas hacia la ciudadanía, sino que también comenzó a estudiar los mensajes y discursos políticos que se emitían en la plaza pública que tenían el objetivo de convencer a la ciudadanía, modificar su comportamiento electoral y con ello incrementar el número de simpatizantes hacia las candidaturas a elegir, esto ya sin la necesidad de que la prensa fuese un mediador.

Fue Paul F. Lazarsfeld, quien, a través de este nuevo enfoque de análisis de la comunicación política moderna, propuso el modelo de “doble flujo”, fundamentado en los líderes de opinión y su actuación como mediadores en la formación de los votantes. Lazarsfeld dirigió el interés de la comunicación política de la influencia de los medios en la opinión de los votantes al comportamiento político electoral de éste a través del uso de propaganda doméstica realizada por los profesionales de la política. Fue gracias a estas premisas que el sociólogo y teórico de la comunicación se convirtió en el líder los primeros estudios cuantitativos del comportamiento político durante las elecciones de 1940 en el condado de Erie y con ello propuso una nueva forma de analizar la comunicación política (Rogers, E, 2004: 5)

El interés que se fijó en las campañas electorales como momento clave del ejercicio de la comunicación política situó al voto como la única variable a partir de la cual era posible realizar investigaciones dentro de este campo de estudio, sin embargo, la comunicación política, más allá de enfocarse sólo en los usos de la propaganda, tenía como fin regresar a la concepción poderosa de los medios de comunicación y a la indisoluble relación entre el poder y la comunicación a través de su impacto en el electorado. (Rospir, J, 2003: 44)

A lo largo del desarrollo de estos estudios, el análisis de la propaganda llegaba a su punto más alto derivado de los conflictos armados que hicieron uso de estas técnicas. La espectacularización de la política, así como el uso de las comunicaciones para llegar a más personas llevaron a que estas estrategias se volvieran una herramienta fundamental durante el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial, momento que se consolida como el auge de la comunicación política y el uso de la propaganda para afianzar el apoyo de la ciudadanía a los diferentes proyectos políticos en pugna.

Es durante este periodo que se da una concordancia entre los diferentes estudios ya existentes de la comunicación política desarrollada en una democracia de masas y surgen investigaciones con el interés común de analizar la comunicación humana y los efectos de la guerra en el comportamiento político de la sociedad estadounidense, este nuevo campo de análisis estaba basado en investigaciones anteriores realizadas por la psicología social y la ciencia política.

Como se ha descrito en este apartado, el desarrollo de la comunicación política como un campo de estudio formal dentro de las ciencias de la comunicación ha pasado por una compleja definición de su objeto que se ha trastocado con otras disciplinas, en especial con la ciencia política. Pese a ello, los estudios que se han producido siguen estando enfocados hacia el ejercicio de los medios de comunicación dentro de la política y los efectos que estos tienen en diferentes momentos claves en donde los procesos de comunicación se hacen más sensibles como los tiempos de crisis, electorales o de toma de decisiones.

A partir de lo anterior, estudios que le siguieron a los postulados descritos durante la Segunda Guerra Mundial se enfocaron en el impacto de los medios de comunicación en el ciudadano-elector a través de las campañas electorales y lo usos que las figuras políticas hacían de ellos con las nuevas tecnologías incorporadas a la lógica política como la televisión, instrumento que posibilitó un crecimiento en la personalización de la política y la creación de líderes políticos carismáticos que consiguieran *rating* en lugar de votantes.

Gracias a la inserción de un nuevo medio en el funcionamiento de la política, el presupuesto otorgado a los partidos comenzó a dar mayor peso a la inversión en televisión y por lo tanto en profesionales de la comunicación que fungiesen como estrategias a fin de conseguir una buena imagen pública por encima de un programa electoral prometedor. La migración de estudio de la comunicación política de lo tradicional a lo digital provocó una revuelta en la forma en la que se concebía el campo, las teorías de la comunicación como la que refiere a la configuración de la agenda se hicieron más complejas con la entrada de la televisión como fuente principal de transmisión de información política.

Hasta este punto, es posible esbozar algunas etapas importantes en las que se ha visto un mayor desarrollo del campo de estudio de la comunicación política que, a su vez, ha trazado los fundamentos del análisis de otras divisiones que a la posteridad serán analizadas por separado como es el caso de la comunicación de crisis, de gobierno, electoral, de redes, entre otros.

Una de las primeras etapas en las que se desarrolla la comunicación política es, como se mencionaba en un inicio, aquella que refiere al uso de la retórica como una disciplina política pública que fue juzgada por ser objeto de mentiras y engaños; en un segundo momento, es posible percibir el desarrollo de los análisis de la propaganda política que se inauguran con Walter Lippmann y alcanzan

los primeros años de la Segunda Guerra Mundial. Hasta este momento, el desarrollo de los estudios se basa en meras observaciones y no aplicaciones directas por parte del poder político, en ese sentido, una tercera etapa que puede señalarse es aquella que se enfoca meramente al estudio del comportamiento electoral y la influencia de los medios en las decisiones electorales.

Sobre este punto, es relevante destacar que, la tradición de los estudios en comunicación política comienza a tomar partida en otros temas como lo son las campañas políticas, de tal manera que la inclusión de un equipo de comunicación en la estrategia electoral modifica lo que hasta ahora se concebía como la comunicación política moderna y permite que se generen nuevas vertientes que modifican el horizonte de interpretación de la comunicación política que era entendida sólo como el ejercicio propagandístico y noticioso que impactaba en la sociedad.

El cambio de contexto que sufre el campo de la comunicación derivó de la transformación de los medios de comunicación y de la política subordinada al impero del espectáculo. El interés en el mantenimiento de la popularidad y la presencia en medios de comunicación deslegitimó el ejercicio de la política y con ello provocó una reducción en la credibilidad y apego de la ciudadanía hacia las figuras públicas políticas.

La apertura a las teorías de la alineación partidista y a las teorías del malestar dentro de la lógica comunicativa, tenían entre sus directrices el incremento de la mediatización de la política y con ello una desafección política motivada por el desinterés de la política hacia la ciudadanía a través de la elaboración de campañas alejadas de los temas políticos actuales. La redefinición de los *clivajes* y el debilitamiento de su aplicación, derivada de la reubicación de los intereses de la política llevó a una modificación no sólo de la forma de comprender la comunicación política como un campo protagónico dentro del poder.

De manera cronológica, Mazzoleni (1998) propone analizar el desarrollo de la comunicación política a través de tres fases históricas que permiten comprender el desarrollo de este campo de estudio y destacar los momentos en los que es posible resaltar la evolución de los medios de comunicación y el cambio de intereses por parte del poder político.

- Fase 1, postguerra y los años 50: caracterizada por una comunicación política subordinada a un sistema de instituciones y creencias políticas firmes
- Fase 2, desde los años 60 hasta los años 80: etapa definida por la difusión de un nuevo medio de comunicación televisivo y por un relajamiento de las fidelidades partidistas que produce las bases de la desafección política posterior. Aunado a lo anterior, también hay una reducción en los métodos de selectividad de la información por lo que se hace más fácil llegar a otros segmentos del electorado gracias a la cobertura de la televisión, motivo que incentiva a los políticos a hacer uso de una nueva estrategia fundamentada en su presencia en medios.
- Fase 3, desde los años 90 hasta la actualidad: esta etapa se define por la superación de los modelos tradicionales de los efectos de los medios en los votantes y la definición de métodos cuantitativos y cualitativos que incluyen el análisis retrospectivo histórico de la comunicación política con el objetivo de definir nuevas formas de comunicar el poder. En ese sentido, es a partir de los años 90 que comienza a desarrollarse una política cada vez más profesional que incluye el conocimiento de los profesionales de la comunicación.

Sin lugar a duda, el desarrollo de la comunicación política moderna es un campo relativamente joven que sigue transformándose mediante la profesionalización de las diferentes áreas que se encuentran dentro de esta disciplina y surgimiento y desarrollo de diferentes medios de comunicación cada vez más abiertos al público. Pese a que se ha dado por sentado que los estudios electorales no son el único terreno sobre el que es posible definirla, la comunicación electoral como una de sus vertientes es el momento donde se hace más evidente la presencia de los medios y su relación con el poder político (Crespo, I y Moreno, C. 2016: 639)

Hacia una definición de la comunicación política

Para definir la comunicación política se requiere de un desglose sobre lo que es la política y la comunicación como campos distintos que comparten ciertas características, dado que no es propósito de esta investigación ahondar en dicha diferencia, si se puede afirmar que, acorde a lo que señala Canel (2006) no existe la política sin comunicación, esto derivado del hecho de que, más allá de que los medios sean considerados ya como agentes políticos, el gobierno funge dentro de los asuntos públicos, mismos que deben publicitarse a toda la ciudadanía.

Aunado a lo anterior, la conjunción de la comunicación y la política permite a los integrantes de ésta última tomar decisiones razonables basadas en la obtención de información y se convierte en un vínculo del poder hacia la ciudadanía derivado de la legitimidad con la que cuentan los medios. De tal manera que la comunicación en la política se vuelve esencial para la organización, orientación y consecución del consenso (Canel, M. 2006)

Más allá de la relación que con la democratización de los medios se origina, la delimitación del campo como un componente del poder político que le sirve como herramienta y guía para un gobierno realizado ha tenido diversos intentos de definición; desde la ciencia política, las ciencias jurídicas y la sociología. De entre las diferentes concepciones que se han descrito del campo, puede resaltarse una evolución y una especialización en los elementos que componen cada uno de ellos.

La necesidad de una definición que conjunte cada una de las concepciones que han sido recopiladas por autores reconocidos en el campo como Dan Nimmo y Keith Sanders, requiere que se conserven características del campo como su naturaleza estratégica, mediada y orientada a crear sentido en los receptores de los mensajes.

A partir de lo anterior, autoras más contemporáneas como Canel, proponen una definición que no deje de lado la historia que le precede y no la acote al momento electoral por lo que, para la autora, la comunicación política sería la actividad de determinadas personas, es decir, no sólo actores políticos, e instituciones en la que, como resultado de la interacción se llegue a producir un intercambio de mensajes que permitirán la toma de decisiones política su la aplicación de estas en la comunidad por parte de la generación de consenso (Canel, M. 2006: 27)

Sin embargo, no debe dejarse de lado el hecho de que la comunicación política a pesar del papel central que ha adquirido a lo largo de la historia, esta sigue siendo un campo multidisciplinar que tiene como uno de sus principales objetivos analizar el papel de los medios de comunicación dentro

de la política y la influencia que a su vez ésta tiene en la producción de sentidos y mensajes que impactan directamente a los consumidores.

En ese sentido, cabe destacarse que, como se ha mencionado con anterioridad, la comunicación política continúa buscando su propio territorio atravesando con sus estrategias y actores cada una de las etapas de importancia en el desarrollo y configuración del vínculo entre gobernantes y gobernados.

3.2 La representación y la comunicación política

La relación que existe entre el gobierno y la comunicación no es un tema recién estudiado, pero sí se la ha dado mayor atención con la ampliación de sus alcances a través de otras plataformas que permiten la expresión de los ciudadanos. Si bien en sus comienzos, dicha relación se analizaba de forma unidireccional en el sentido de que los medios, al servicio del poder político y no de la ciudadanía, se encargaban sólo de transmitir las voluntades de los gobernantes, el surgimiento de la democracia de audiencias y el interés en las opiniones de los ciudadanos con el fin de mejorar las acciones gubernamentales llevó a que las perspectivas se transformaran y se le diera un mayor peso a la participación de la comunicación política dentro de la política como una forma necesaria para la evaluación de la calidad de la democracia.

Hay una transformación proveniente de la mediatización de la sociedad en cuanto a la actividad política y la de la comunicación política que ha traído consigo diferentes modelos de transmisión de la información que pretenden reforzar los ideales de liderazgos electos en el poder. Cada vez, los medios están más acotados a los intereses del poder político que del poder social y colectivo; la efervescencia de la inconformidad con la representación política y el surgimiento de redes alternativas de comunicación abrirá una brecha en la formación e inclusión de los individuos en las decisiones de la política.

La representación en la comunicación política se refiere a un pacto entre los gobernantes y gobernados mediado por las propuestas y promesas de campaña que son manejadas a partir del mejor ejercicio discursivo y acorde con el buen manejo de la estrategia de campaña a partir del cual, los candidatos electos van a atender a las demandas del electorado con la condicionante de un voto favorable en tiempos electorales, así como la confianza y la fidelidad durante la gestión, el establecimiento de estrategias de comunicación eficaces permite una buena evaluación de la representación a partir de la rendición de cuentas, la gestión de los conflictos y la transparencia.

El ideal del ejercicio de la democracia representativa, plantea una sana relación entre los medios, el estado y la ciudadanía en tanto que los primeros permitan el libre flujo de la información entre los territorios, sin embargo, como señala Prud'homme, la intensidad del uso de los medios de comunicación en la política contemporánea genera una desconexión entre la población, las instituciones y el Estado en sí mismo, esto gracias a que existe una falta en la información, retroalimentación y solución de los conflictos de forma inmediata (Prud'homme, 2013: 26)

El recorrido histórico- evolutivo de la noción de representación política al que se ha aludido con anterioridad tiene una vertiente en donde el interés en los medios de comunicación representa uno de los factores más importantes en el desarrollo de la política contemporánea en tanto que la profesionalización de la política ya no se remite solamente al buen gobierno sino al establecimiento de estrategias que hacen de métodos de sondeo como la opinión pública y las estrategias de

comunicación mediante la fabricación de imágenes públicas materias bajo las que se regiría la gobernanza y generadas a través de los expertos en comunicación. (Manin, 1997: 279-282)

La democracia de audiencias o el gobierno “del gran público” como una de las formas desde las que se ha abordado a la democracia moderna y su relación con los medios de comunicación, permite tener un acercamiento a la metamorfosis bajo la que es posible comprender la incursión de la comunicación política en las formas representación, no sólo como uno de los medios a partir de los cuales los gobernantes garantizarían mayor representación y un intento de transparencia sino dentro de otros campos como el diseño y manejo del personal político con el fin de que este genere confianza en sus electores.

El ejercicio de la representación mediado y realizado por la comunicación política en los procesos electivos a través de la ejecución de las campañas electorales, la elaboración de discursos, los actos y los votos resultantes permiten entonces, que el sentirse representado sea mayor en tanto mayor sea la influencia del político en la opinión pública a partir del acercamiento de este a la ciudadanía. (Duverger, 1970: 120)

La importancia de la comunicación en las formas de gobierno es tal que la creación del vínculo entre representantes y representados es producto de su influencia en el ejercicio de los gobernantes, esta relación de carácter semi personal a partir de las condiciones del sistema representativo obedecen a la influencia del ejercicio de la comunicación como organismo mediador a través de los diversos canales con los que conviven los ciudadanos en su cotidianidad, como señalaría Manin, por ejemplo, respecto a la influencia de la televisión en el ejercicio representativo:

La televisión otorga especial realce y fuerza a la individualidad de los candidatos, los medios de masas, no obstante, favorecen determinadas cualidades personales. Los personajes no son los notables locales, sino lo que calificarían como personajes mediáticos, personas que tienen un mejor dominio de las técnicas de la comunicación mediática. (...) la democracia de audiencias es el gobierno de los expertos en medios (Manin, 1997: 269)

El ejercicio de los gobernantes a través de su creación como figuras destacadas en los medios de comunicación y su elaboración como individuo-marca destinado a un mercado de electores que son concebidos como consumidores de las ofertas políticas que se les ofrecen a partir de las demandas expresadas por ellos mismos a través de los sondeos de opinión ha dado origen a diversas críticas en cuanto a la frivolidad que implica considerar los gobernantes como objetos maleables por el ejercicio de los medios de comunicación.

Ante este cambio en las formas de ver a los electores, Gilles Achache señala que otra de las transformaciones que se originaron en el campo de la comunicación después de su politización fue el cambio en la noción de la propaganda política transitando de un modelo político a uno político publicitario a través de la mercadotecnia política que ya no plantea sólo formas de persuasión sino que sus contenidos tienen como fin, persuadir, convencer, manipular y generar la identidad necesaria para evaluar positivamente el ejercicio de la representación a partir de la construcción de personalidades de productos (Achache, 1999: 26).

La creación y definición de políticos por profesión y no por vocación, aludiendo a la distinción que hace Weber (1997) dará paso a una nueva concepción de la comunicación política dentro del gobierno

representativo ya no tan cercana a los medios de comunicación y su función como organismo mediador y si a las aptitudes de estos a crear figuras para el poder.

A partir de lo anterior, análisis pioneros en el estudio de la influencia y relación de la comunicación política dentro del sistema representativo destacan el vínculo ya no sólo a partir de los canales de comunicación como elemento fundante, sino a partir del interés de los políticos en mejorar su presencia en los medios con el fin de generar la legitimidad necesaria que garantice su buena representación.

En este sentido, lo que más adelante se definirá como la crisis de la representación política es en parte producto de la incursión de la comunicación en la política como productora de la representación, las premisas bajo las que se destaca que la comunicación eficaz es una condición para una buena representación dieron como origen una preocupación por parte de los políticos hacia su construcción y presencia como personajes mediáticos políticos y no como políticos en sí mismos. Las demandas de la población quedaron de lado una vez el político comenzó a preocuparse más por su imagen que por el pueblo al que representa.

La escisión entre los representantes y los representados que retoma a la comunicación como proceso de vinculación necesaria, señala que el ejercicio ideal de los comunicadores en la actualidad respecto a este deslindamiento del sistema político de su sociedad civil es el de fungir como únicamente mediadores que permitan que la lógica de funcionamiento bajo la que se rige la democracia representativa respecto a la satisfacción de las demandas en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana de los ciudadanos⁸ funciones gracias a la construcción de relaciones homogéneas entre las demandas de los diferentes órdenes de la sociedad.

Cuando la función de liderazgo del gobernante no es suficiente para la consagración de un bien común que incluya cada uno de los requerimientos que den una evaluación positiva de la representación, triunfa el gobierno basado en la presencia de los gobernantes en los medios de comunicación y su interés en influir dentro de la opinión pública mediante estrategias de publicidad y no a través de políticas gubernamentales que mejoren la calidad del gobierno.

Ante esto, Touraine (2009) señala, de manera negativa, que el triunfo del gobierno de la comunicación implica mensajes y propuestas vacías basadas en la publicidad, la escisión en este sentido ya no sólo es de la sociedad civil hacia el sistema político sino la división entre representaciones verdaderamente políticas y la representación basada en la comunicación.

La relación de la representación con la comunicación política como se ha dicho con anterioridad, no se reduce a la elaboración de las campañas electorales que reducen nuevamente la acción de la representación a los procesos electivos, hablar de dicho binomio es también hacer hincapié en las capacidades enunciatoras de los gobernantes que a través de los organismos mediadores y de los medios de comunicación, hacen posible que los mensajes lleguen a los públicos objetivos y dar por

⁸ Touraine señala que la representación moderna más allá de hacer referencia a las demandas generales, mismas de las que es perecedera la sociedad civil en tanto que no velan por el interés común y la oferta política que las solventen, se asiste a al desarrollo de la vida cotidiana a partir de tres órdenes de la realidad: lo social, lo económico y lo cultural.

lo menos la apariencia de rendición de cuentas mediante la exposición del gobernante ante los medios y la opinión pública.

Esta participación constante que tiene la comunicación no siempre culmina en la visión negativa de Touraine sino que puede verse como un elemento indispensable en tanto que, la comunicación política fundamentada en el conflicto a partir de la definición de Dominique Wolton, señala que es a la vez proceso que preserva el sistema representativo y que a su vez puede perjudicarlo ya que la actuación constante de los medios como sustitutos de la representación institucional denota fallas en el sistema político relacionadas con la incapacidad de dichas instituciones de mediar por el bien común.

La tarea de la comunicación política es entonces, ante la ilegitimidad y desconfianza de las otras instituciones ser el órgano que eleve las demandas sociales al sistema político y garantice la promesa de un posible cumplimiento (Wolton, 1992: 191) por un lado y por otro el gobernante tiene como fin en sí mismo, notar a sus representados que el papel que juega lo tiene dominado y que es capaz de salvaguardar los derechos y libertades de los gobernantes, este mensaje es reforzado por la comunicación y expresado durante toda la gestión por métodos como la campaña permanente⁹

La comunicación en la política claramente ha cambiado, en su definición por sí misma, a pesar de estar fundada en los conflictos y las opiniones contrarias, ya no se reduce a los medios de comunicación sino que abarca el plano de lo gubernamental, lo institucional y de crisis a partir de la coordinación de su funcionamiento, estas tareas han provocado una delegación de poder de las autoridades representativas a los aparatos de comunicación que los componen haciendo de las oficinas de comunicación social un órgano central en la representación.

Tal es el impacto que la confianza y la legitimidad que debiera de atribuirse a la figura electa representativa se les cede a los medios de comunicación como organizaciones autónomas del poder que prometen información objetiva y concreta alejada de la corrupción de la política, los mensajes se vuelven la unidad básica de la vida social y el gobernante se vuelve el emisor central de la comunicación.

La inclusión de los medios de comunicación como forma de dar voz a los sectores que no están representados apunta no solamente al establecimiento de otras formas de cultura política que permitan cuestionar la viabilidad de la representación a través de la información disponible en las plataformas de comunicación o por el contrario permiten legitimar las opiniones de grupos ya representados que tienen el monopolio de los medios.

El establecimiento de un gobierno representativo basado en la representación fundamentada en la aparición en los medios de comunicación, tiene la permisibilidad de cuestionar los diferentes dominios dentro del régimen democrático gracias a las nuevas voces incluidas y mencionadas con

⁹ La campaña permanente es un término que se usa para hacer referencia a la continuación de la campaña electoral dentro del gobierno con el fin de legitimar todas las acciones del gobierno. Pese a que se le ha dado un peso negativo, la "campaña permanente" ha sido benéfica ya que permite describir la importancia de la comunicación dentro de la creación de estrategias, tácticas y recursos que solían perderse una vez terminado el periodo electoral.

Por su parte, Blumenthal describió a la campaña permanente como una combinación de la elaboración de la imagen y cálculo estratégico, herramientas que convierten a la gestión de gobierno en un instrumento diseñado para mantener la popularidad de un funcionario electo. (Heclo, 2000: 2)

anterioridad, la definición de la sociedad civil crítica dentro de esta concepción permite la generación de identidades y la imposición de influencias por parte del poder político con el fin de generar una politización cívica que homogenice a la ciudadanía y con ello defina al sistema político, haciéndolo receptivo a las demandas y reclamos sociales existentes e introducir nuevos valores y discursos (Cohen y Arato 1992: 526)

La conformación de la democracia representativa como forma de gobierno a partir de la incursión de la comunicación como eje central de su realización incluye no solamente la esfera pública y una sociedad civil, sino también fluidos canales de comunicación que transmitan cierto tipo de discursos y demandas que el sistema político no puede transmitir por sí mismo, la principal tarea de la comunicación política es atraer la atención del gran público hacia los procesos políticos mediante la comunicación dejando de lado la vida privada y haciendo énfasis en la visibilidad mediática que conlleva la inclusión de lo político en espacio público. (Touraine, 2008: 23).

Comunicación y representación: agenda setting y tematización

La relación de la comunicación y la política se estudia a partir de dos modelos propuestos por Maxwell McCombs y Niklas Luhmann: la agenda setting y la tematización, ambos enfocados en el ejercicio periodístico y el poder que tienen como mediadores entre la ciudadanía y el ejercicio político. Estas dos perspectivas que se convirtieron en el parteaguas del análisis de la comunicación política a través de los modelos de comunicación analizan el impacto de la comunicación de dos formas: hacia los políticos y hacia la sociedad, es decir, por un lado, los medios de comunicación como los periódicos las televisoras y la radio brindarán más atención a algunos temas que para ellos son relevantes o, por el contrario, su contenido se verá determinado por lo que la sociedad necesite saber.

El modelo de agenda setting y el de tematización son estudios de la comunicación basados en los efectos cognitivos o los “efectos sobre el terreno” que dejaron como legado los primeros análisis conductuales de la comunicación aplicada de manera empírica, en su cauce político ambas perspectivas permiten de una manera parcial (número de noticias, cantidad de reacciones, distribución de las noticias, prioridad e importancia) conocer el acontecer político y social que incluye la producción del contenido político en tanto estrategias de imagen, discurso y campaña así como la creación de la opinión pública y el fomento de la deliberación ciudadana.

Como parte de las teorías de la comunicación, la agenda setting permite explicar el tratamiento de la información y la elaboración de la agenda de medios para jerarquizar la presentación de la información mientras que la tematización puede relacionarse con la teoría de los usos y gratificaciones en tanto que el consumo de medios va a estar regido por el interés en temas tratados y la forma en que estos pueden dar solución a alguna demanda de la sociedad a través del debate público, las decisiones y acciones colectivas y la manifestación social a partir de los medios de comunicación.

La agenda temática: labor periodística y representación parcial.

El conglomerado de instituciones, como se ha visto con anterioridad, ejerce una representación relativa de los intereses sociales y prestan mayor atención a las iniciativas autónomas de los gobiernos en turno de esta manera, la delegación del poder y la soberanía social se ven fragmentadas a partir de

los intereses particulares de quienes tienen el poder que no son precisamente los gobernantes, sino que incluye instituciones, organizaciones y a los medios de comunicación.

Dado que se trata de los primeros estudios empíricos relacionados con el impacto social de los medios de comunicación masiva, la definición de esta teoría fue elaborada por McCombs y Shaw quienes señalaron que el establecimiento de la configuración de la agenda de medios era “el resultado de la relación que se establece entre el énfasis manifestado por el tratamiento de un tema por parte de los medios de comunicación y las prioridades temáticas manifestadas por los miembros de una audiencia tras recibir los impactos de los medios” (McCombs y Shaw, 1972: 57-58).

En ese sentido, el estudio de la agenda temática permite dilucidar la relatividad con la que los medios difunden la información gracias al método que este modelo tiene para el análisis del acontecer político y las visiones que lo representan en los medios de comunicación de masas, en ese sentido, esta teoría tiene como fin el procesamiento del conjunto de temas actuales que se encuentran en los medios en un determinado periodo.

La *agenda setting* es uno de los estudios cuantitativos más realizados en lo que refiere a análisis de contenido político en medios a través de la revisión de la cantidad de noticias, número de titulares, espacio brindado a la información, la posición de las fotografías y la presentación de los temas dando así vital importancia a las formas en las que se presenta la información y cómo esta genera cierta reacción en la audiencia sobre temas de discusión públicos.

Definir los diferentes temas que se pondrán a discusión es parte del ejercicio periodístico y ahí radica la parcial representación que los medios de comunicación ejercen respecto a los temas relevantes y las demandas sociales; como una herramienta de la sociedad para expresarse, los medios de comunicación seleccionan los temas que ocupan la atención pública y buscan interpretar la dinámica social, los vínculos de ésta y el conocimiento del espacio que los rodea.

Sin embargo, al igual que las contradicciones que tiene dentro de sí la democracia en sí misma, la representación a través de los medios de comunicación y su análisis mediante el modelo de la agenda temática permite ver que los temas que se seleccionan en variadas ocasiones no son los que demanda toda la sociedad, sino que están determinados por intereses particulares o acontecimientos específicos que generan audiencia como los procesos electorales.

A pesar de lo anterior, una de las únicas formas a partir de las cuales los ciudadanos están enterados sobre los asuntos políticos es precisamente a través de los medios de comunicación de masas, es por ello que la diversidad en la presentación de la información, el respeto a la pluralidad de ideas así como las diferentes líneas editoriales con orientaciones políticas distintas brindan mayores posibilidades de que los ciudadanos logren identificarse con un medio y que a partir de ello se formule una crítica de lo que sucede en la realidad, en cierto sentido más allá de que los medios formen o no parte de la élite del poder político, son un gran paso para la desmitificación de la política y un filtro para que la sociedad comprenda a los políticos lejos de campañas y promesas y como son en realidad.

La agenda *setting* permite además alejar los estudios de la comunicación del ámbito comercial y propagandístico que ven a los ciudadanos como votantes y consumidores de contenido político y presta mayor énfasis a los patrones de conducta como los comportamientos cognoscitivos y morales de la población, así como la generación del interés público en determinados temas.

Tematización: priorización de los temas sociales y posibilidad de deliberación

La teoría de la tematización propuesta por Grossi en 1987 se basa en el establecimiento y definición de grandes temas de discusión que originen debates públicos, se trata de un proceso que va del conflicto a la negociación y toma de decisiones que propongan posibles soluciones a los problemas detonantes. Esta forma de analizar el contexto sociopolítico requiere de una redefinición del papel de los medios de comunicación en tanto parte de la política y miembro de la sociedad, su capacidad de influencia puede generar modificaciones legislativas y la aceptación de los políticos por parte de la opinión pública, además de su impacto en el ejercicio político, la tematización es un ejemplo clave en lo que respecta a las diferentes formas de llevar a cabo la representación de la sociedad y el poder por parte de los medios de comunicación.

Este tipo de modelo de comunicación permite que se le dé un mayor peso a los procesos de deliberación ciudadana a partir de lo que consumen en los medios de comunicación, de ahí deviene que el modelo de tematización del *political issue* sea cercano a la teoría de usos y gratificaciones propuesta por Lundberg y Hulten en 1968 (Moragas, 1993: 135), quienes concebían a las audiencias como activas y capaces de informar a los medios de sus necesidades, conflictos y temas más relevantes a partir de la exposición mediática, misma que determinaba, tal y como sucede en la tematización, los objetivos de la producción de contenido noticioso.

La complejización de los procesos sociales ha generado que las formas a partir de las cuales se comunica y representa al mismo tiempo se transformen, los medios de comunicación se han convertido en el depositario de los deseos de políticos y ciudadanos dejando de lado los espacios críticos de discusión, la búsqueda consenso por encima de la búsqueda de soluciones ha dado pie a la creación de contenido basado en la aceptación, en promesas y condiciones surgidas de momentos electorales y utilizadas como estrategias para seguir legitimando los gobiernos de promesas y no de acciones.

Sin embargo, el proceso de tematización es aún más complejo que la mera selección de temas que puedan generar discusiones y el uso de los medios como estrategias para reivindicarse ante la opinión pública; esta forma de analizar el contenido y su impacto en la masa revela también los diferentes enfoques y alineaciones políticas de las producciones editoriales a partir de la posición que toman con el tema seleccionado para su discusión, de esta manera, la incidencia y los juicios que contengan van a ser transmitidos a la población y ellos, a partir de su juicio, decidirán si las soluciones propuestas por tal o cual medio son convincentes.

Cabe destacar que este proceso no sólo emana de los medios de comunicación hacia el gobierno, la centralidad de la información y su difusión ponen a las figuras de poder como *gatekeepers* ya que, lo que ellos hagan, se vuelve noticia también. Asimismo, la participación de la sociedad en este proceso puede dar origen a movilizaciones sociales, manifestaciones y acciones bajo presión pública que consigan reformas y acciones reales con el apoyo de los medios de comunicación.

3.3 La representación y lo simbólico: el discurso como factor representante

La abstracción de la representación política tiene un campo de estudio amplio dentro de las teorías del discurso y el lenguaje en donde es posible analizar, a través de las imágenes mentales, los usos

del lenguaje y los componentes culturales de la sociedad, la representación ejercida por la figura representante a través de su capacidad discursiva y simbólica.

El discurso político, como un componente del discurso social¹⁰, puede entenderse como todos aquellos significados comunes contruidos de manera ideológica y persuasiva alrededor de los cuales se organizan los debates, determinando los estados de opinión de las personas, así como los marcos que definen el campo político (Foucault, 1992; Eagleton, 1997; Angenot, 1998).

Como parte del ejercicio democrático, la expresión de acuerdos y desacuerdos legitima la pluralidad de ideas que justifica el buen funcionamiento de un sistema democrático. Uno de los planos, como se ha mencionado anteriormente, es el simbólico, ámbito que encierra ideas, expresiones y discursos que no se remiten únicamente a lo dicho o escrito, sino que enmarca partes de la realidad que son enunciadas en un contexto determinado y con cierta intención, situación que permite afirmar que, en el ejercicio de la política, las acciones que se llevan a cabo tienen intenciones performativas que tienen por objeto influir en la opinión pública.

La realidad, que a simple vista parece natural, es producto de las construcciones simbólicas que generan sentidos comunes en la sociedad, mismos que son rutinizados y legitimados a través del uso de los discursos. De tal manera que, como lo señala Foucault, es una función esencial del discurso político la representación de lo real, con el objetivo de situar un orden y de esa manera homogeneizar para conseguir la visión del mundo que censura y clausura otros posibles y con ello hace posible la unidad ideológica de la sociedad, propuesta desde los aparatos ideológicos (Foucault, 1992)

En el desarrollo del análisis sobre la construcción y participación del discurso como variable de análisis dentro del poder político, se han elaborado múltiples aproximaciones que hacen un intento de definir al discurso político. De tal manera que, se entiende al discurso “social” como una categoría amplia que hace referencia a todo lo que se dice y se escribe en un estado de la sociedad (Angenot, 2010:22). A partir de ello, puede decirse que el discurso político es todo aquello que se dice, escribe, presenta y representa en el campo político, es decir, en la esfera de las prácticas sociopolíticas (por ejemplo, las elecciones), las instituciones de representación, el gobierno, la administración pública y las políticas gubernamentales (Vega y Guerrero, 2015: 107).

Si bien, la estructuración de las formas simbólicas bajo las que un representante debe actuar con el fin de obtener el apoyo de los ciudadanos son un tanto utópicas en tanto que deben tener como fin la homogeneidad de las demandas y con ello la obtención de la representación legítima a través de las prácticas discursivas, su ejecución se ha visto como una de las características en el ejercicio representativo que aporta los fundamentos de la aceptación, confianza y legitimidad del sistema.

En este sentido, la representación simbólica a través de las enunciaciones discursivas se convierte en el medio homogeneizador mediante el cual, la representación en sí misma se va a generar gracias a la identificación de los ciudadanos con el discurso emitido elaborado a través de la sociedad misma y

¹⁰ Para fines de esta investigación, una definición operativa de lo que se entiende por discurso social refiere a todas aquellas enunciaciones que se dan en los campos de la sociedad y que constituyen tendencias colectivas predominantes e incluyen a las prácticas sociales lingüísticas y no lingüísticas. Estas prácticas no son transmitidas necesariamente por un sujeto político, sino que forman parte de la comunidad y que comúnmente se conocen como los usos y costumbres que definen a ciertos sectores.

de la personalidad de la figura política. En ese sentido, como señala Laclau, la representación real se fija entonces gracias a la elaboración de un personaje político que sea capaz de convertirse en un líder carismático producto de símbolos y actividades orquestadas y organizadas por los expertos en imagen política (Laclau, 2004: 202).

La representación concebida de esta forma permite no sólo identificar el ejercicio real de los políticos en materia de sus acciones, sino la participación de consultores, asesores y comunicadores dentro de la instauración de un personaje político como candidato viable para representar, dicha construcción implica no sólo la aceptación de las propuestas de los representantes sino la construcción compleja de una estrategia que construya un lazo indisociable entre la justificación de la aceptación tanto de las propuestas como del personaje y que ello se unifique con la identificación personal que se debe tener entre representantes y representados.

Entendiendo bajo este premisa que la representación mediante el discurso es un sistema construido a partir de las condiciones sociales, el sistema representativo como forma de gobierno en la que la figura política es el centro de atención en tanto que son sus acciones y decisiones las que van a ser evaluadas para medir la calidad de la representación requiere de un análisis sobre las formas bajo las que a través de sus construcciones simbólicas transmitidas a través del discurso construyen a su vez la realidad y la organización de lo real por medio de imágenes mentales que llegan a ser concebidas como realidad en sí misma (Charaudeau 2003: 57-8).

Cuando la realidad construida mediante el discurso se distorsiona por los usos del mismo se cae, al igual que con la personalización del poder, en una crisis del sistema representativo que trae consigo el cuestionamiento de la realidad presentada por el poder, los discursos que aluden a la transformación, al esperanza y al cambio de paradigmas bajo los que operan gobiernos que han sido corrompidos promueve una regeneración dentro del discurso que construye imágenes nuevas; se trata entonces de un vaivén de construcciones bajo las que la sociedad debe elegir cuál de los discursos es pertinente y similar a los requerimientos que tiene a partir de los procesos de comunicación que el sistema ha definido ya como los determinantes en la sociedad.

A partir de los anterior, podría traducirse el ejercicio de la representación a partir del discurso como una manipulación de los imaginarios sociales gracias a su posibilidad de generar significados sobre la vida para definirla, sin embargo, lo que hay en juego dentro de la construcción de discursos políticos de carácter representativo, más allá de las ofertas electorales, la rendición de cuentas y la solución de los conflictos en el gobierno, es la capacidad que las instituciones del poder político que conforman este sistema tienen de proporcionar certidumbre y confianza a la sociedad sobre las acciones que van a llevar a cabo mediante sus prácticas discursivas.

En este sentido, la relación que existe entre el discurso y su capacidad de representación además de poner a la figura como un centro del que emana la interpretación de la realidad, lo sitúa también como parte importante en la definición de los canales y códigos de comunicación. El tejido que conlleva el establecimiento de redes de interpretación bajo las que se hace posible la comunicación y la comprensión de los individuos entre sí, es definida gracias a la realidad constituida por la representación mediante el discurso y el contexto de los individuos (Lara, 2009: 84), dejando claro que es a partir de estos dos elementos que se hace posible, incluso la legitimación y fundación de un orden social determinado (Ibáñez, 1988: 55).

El poder del discurso político va más allá de la construcción sintáctica y sintagmática de las oraciones que impliquen la elaboración de oraciones acordes a las situaciones en las que se enuncian, el establecimiento de un locutor permanente que fije su discurso como único en el tiempo requiere que se tengan en consideración algunos aspectos de la vida cotidiana que contribuyan a la creación de mitos y símbolos que reafirman a la figura política durante su gestión y que, en el caso de las campañas políticas, le permita obtener el voto de los electores a partir de retomar dichos elementos.

Cuando el discurso se define como representativo dentro de este sistema de gobierno, conlleva ciertas responsabilidades como la procuración de una interpretación fiel a lo que se está representando así este se encuentre con posiciones contrapuestas, la tarea del representante es buscar los puntos neutrales entre las diferentes perspectivas y generar un discurso homogéneo que, como su nombre lo demanda, represente a todos los sectores.

Una vez considerando que dicha forma discursiva es capaz de elaborar todo un tejido de voces diferentes, cabe destacar que este no es una actividad neutra en tanto que, a la hora de ser representante de una multiplicidad de ideas que en ocasiones no convergen, es necesario que aquellos quienes estén a cargo de la elaboración de los discursos y los representantes mismos realicen una selección de las partes que les parezcan más relevantes y acordes a su forma de gobierno (Lara, 2009: 137).

La elitización antes mencionada de esta forma de gobernar comienza con la consideración de algunas voces sobre otras otorgándoles el poder de enunciarse a través de la figura del gobernante con mayor frecuencia que de otros, así más allá del ejercicio del poder en sí mismo, las posibilidades que se tienen una vez adquirido cierto poder político segmentan en tanto que algunos sectores les parecen más convenientes de representar que otros. A partir de ello, el cuestionamiento sobre quiénes son los que están siendo representados es pertinente para dilucidar las contradicciones que tiene para sí el sistema representativo desde su rama básica de lo simbólico.

Con la realización de la personalización del poder a la que tanto se insiste dentro de este sistema de gobierno no se pretende llegar a una generalización de gobiernos naturalmente corruptos en su práctica sino al entendimiento de las diferentes formas que esta personalización puede tomar según el funcionamiento del Estado, en este sentido, una de las formas que tiene el poder de fetichizar mediante la variable analizada en este apartado es la mistificación y tecnificación de los usos del lenguaje por parte de los profesionales de la política haciendo de los discursos construcciones incomprensibles para el promedio de la población a la que se dirige, las incapacidades comunicativas que tienen los gobiernos para rendir cuentas a sus gobernados es lo que ha generado rechazo hacia este tipo de sistema político.

Se trata entonces de la elaboración de esquemas discursivos semejantes a guiones que permitan que no existan contradicciones y que, a partir del análisis de los segmentos sociales, se generen discursos políticos que tengan la pretensión (sin proponerlo como promesa) de representar los intereses más próximos de la sociedad y con ello conseguir el sentimiento de representación y la identificación de los representados con el discurso enunciado.

Dado que el gobierno representativo se encuentra cruzado de manera tangencial por diferentes factores como la inclusión de las diferentes instituciones que lo conforman, la generación de los discursos homogéneos no se concentra sólo en la representación social sino en la concordancia de las

enunciaciones de los organismos que lo conforman con el fin de que coincidan con la lógica del Estado y los periodos de incertidumbre sean menores y con ello se generen menos crisis.

A partir de ello, el modelo idóneo bajo el que opera la representación política desde sus fundamentos simbólicos alude a una sana convivencia entre los poderes y la sociedad que genere una relación indisociable de confianza e identidad a partir de los recursos discursivos y simbólicos emitidos en el discurso. Este ideal cumple su función siempre y cuando las contraposiciones no ocupen el lugar dominante en la lógica del locutor- alocutor.

La estructuración compleja bajo la que se forma el Estado representativo tiene como base la construcción de realidades que es propiciada por el ejercicio discursivo como constructor de la realidad. La composición simbólica se encarga de definir la organización política, las dinámicas que atraviesan el funcionamiento del sistema político, las relaciones sociales y los mensajes que circulan dentro de los canales de comunicación y con ello las futuras formas de enunciación de los diferentes representantes.

En el supuesto de que los representantes a lo largo de la historia hicieran caso de lo figuras discursivas y de los elementos simbólicos retomados en gestiones pasadas, el modelo representativo basado en el aprendizaje y la enseñanza a futuro sería óptimo, sin embargo, el ejercicio de lo discursivo se ha ocupado hoy en día, mayormente en definir la imagen del candidato durante su gestión y hacer alusiones momentáneas a sucesos que en algún momento fueron elementos clave para la validación de su representación, es en estas condiciones que se genera una crisis no sólo en el funcionamiento del sistema sino en la aceptación de este como un mejor forma de gobierno.

Ante esta problemática, las posibilidades operativas en la elaboración de los discursos se llevan a cabo en el plano de las campañas electorales en tanto que se buscan los públicos a los que se deben dirigir ciertos discursos, como señaló Van Dijk, el discurso político puede ser definido en términos de sus contextos y no tanto por sus estructuras específicas (Van Dijk, 2002: 225), con ello el ejercicio discursivo ya no está orientado hacia los recursos técnicos de la política sino a la realidad inmediata en la que se está por enunciar cierto discurso.

Las formas en las que se elabora y ejecuta el discurso forman parte de los tipos de personalización del poder dado que lo que realmente importa es quien habla sobre qué y hacia quién, así el discurso además de ser una de las herramientas más eficaces en la representación gracias a la maleabilidad a la que está expuesto, es un generador de representación en sí mismo debido a la posibilidad de construcción de nexos entre el representante y el representado, como señaló van Dijk, el discurso político va a ser funcional en tanto que éste, más allá de su estructura y elementos, sea capaz de insertarse en el proceso de lo político. (van Dijk, 2002: 225).

3.4 Debates contemporáneos sobre la representación política: el surgimiento de la crisis de representatividad.

La eficacia de los gobiernos representativos ha sido puesta en duda en diferentes ocasiones ya sea por su reducción al análisis de los partidos o a la insatisfacción que los electores tienen con dicho sistema político. Algunas de las variables que han traído a la discusión a la democracia representativa como tema central tienen que ver también con la poca credibilidad y confianza que amplios segmentos de

la población tienen hacia el rendimiento de las instituciones, el rechazo hacia la clase política que caracteriza las designaciones de los cargos y el advenimiento de nuevas fuerzas políticas que pretenden unificar el descontento y con ello, obtener el derecho a ejercer el poder político basado en el verdadero apoyo de la sociedad (Prud'homme, 2013: 26).

El discurso de los representantes proclamándose en nombre de todos y por el bien de todos ha sido uno de los factores a partir de los cuales se ha tratado de restablecer la confianza en este tipo de gobierno, sin embargo, es preciso apuntar el hecho de que ya no se trata sólo de la figura política que es electa representante sino de la incapacidad de las instituciones componentes del Estado para fungir también como sujetos representantes de las demandas sociales, ello incluye a los organismos gubernamentales y a los partidos políticos.

Asimismo, el debate gira en torno a la imposibilidad de que esta homogeneidad de las voces realmente opere como un bloque a partir del cual sea posible establecer propuestas realizables que satisfagan a medios términos la totalidad de las demandas sociales, el poner a una sola figura como unidad en la representación de la sociedad civil y política¹¹ implica caer nuevamente en la contradicción que se mencionaba con anterioridad sobre la posible elitización de este ejercicio delegado del pueblo en tanto que son sólo los grupos con las posibilidades de tener para sí el recurso del poder político los capacitados y aptos para fungir como representantes.

Las apuestas que se plantea la instauración de las democracias representativas en la actualidad tienen que ver con la máxima transparencia en el accionar del personal político con el fin de que, a través de la rendición de cuentas, se regenere el lazo entre los gobernantes y sus gobernados como una condición fundamental del funcionamiento del Estado y que esto conlleve a su vez, la restauración del poder del pueblo que ha sido restada por el poder político corrompido y rechace toda contradicción bajo la que se ha visto la delegación del poder del pueblo hacia una unidad representativa de la totalidad.

La fractura que existe entre los gobernados y sus representantes es muestra de las imposibilidades y las limitaciones que tiene el ejercicio democrático y con ello deviene también el desmantelamiento de la falta de fortalecimiento de la cultura política y ciudadana dentro del Estado. Todos estos elementos en conjunción conforman lo que se ha denominado el origen de la crisis de representatividad en los sistemas democráticos que tiene por contenido, este desprendimiento de la afectividad e identificación de los electores hacia sus líderes sean estos carismáticos o elegidos mediante el consenso sobre sus propuestas electorales.

Un elemento interesante en el actual estudio de las democracias es el énfasis en el estudio de sus fisuras o quiebras en lugar de analizar su funcionamiento y pertinencia como forma de gobierno. El análisis de estas formas de gobierno basadas en las movilizaciones causadas por la insatisfacción con

¹¹ De una manera simple, Dussel señala que la sociedad civil es aquella que corresponde a lo no político, es decir al papel de la ciudadanía dentro del campo político sin ser representante de algún poder, mientras que la sociedad política se entiende como una extensión de la sociedad civil (concepción propuesta anteriormente por Antonio Gramsci) pero que tiene dentro de sí niveles de gran importancia política, incluyendo la cultura. Puede atribuirse a la sociedad política la institucionalización de la *potestas* en *potentia* en donde los representantes electos pueden ejercer delegadamente el poder (Dussel, 2008:56)

el ejercicio delegado del pueblo que se traducen en la evaluación de la calidad de las democracias hace hincapié en la falta de apertura nuevos horizontes como el comunicativo lejos de ejercicio periodístico y de generación de opinión pública y sí retomando estudios sobre espacios de deliberación como escenarios en donde es posible llevar a cabo el ejercicio democrático así como el análisis simbólico, mítico y discursivo que compone a las democracias como estructuras cargadas de significados bajo los que los gobernados aprehenden el contenido político que se les presenta.

La infravaloración que se le ha otorgado a la comunicación como una disciplina a partir de la cual es posible ejercer el poder es una de las concepciones modernas del análisis de las democracias como continuidad de lo que Manin en su momento denominó “la democracia de las audiencias o de los grandes públicos” (1988) como esta suerte de reorientación del ejercicio del poder en planos distintos y alejados de las urnas señalando de esta forma la importancia de otros elementos dentro de la democracia como es la participación de otros medios alternativos como los de comunicación para la construcción no sólo de las estrategias políticas sino en la elaboración de los mensajes representativos mismos que se caracterizan por ser la representación en sí misma y la posible apertura de la participación en el espacio público para conseguir deliberaciones optimas que tengan como fin la inclusión de las masas.

La democracia representativa ha sido objeto de severas críticas que señalan las imposibilidades y la falta de operatividad en el ejercicio de un gobierno del pueblo, en ese mismo sentido, la división del espectro ideológico también abonó su crítica que ponía en duda el ejercicio del poder legislativo, caracterizándolo como cuna de la corrupción y a los partidos, ahora élites políticas y económicas encargadas de captar cargos por dinero, como expresión de la dominación burguesa, A partir de ello, el desarrollo de las sociedades y su transformación a partir de la radicalización del modelo de producción capitalista no hizo sino agravar estas perspectivas a futuro, con la única variación de los partidos movimiento que luchan por la diferenciación.

La crisis de la representación, actual situación en la que se encuentran algunas democracias no sólo es producto de la corrupción del personal político sino de la inclusión de otros elementos en el ejercicio del gobernante; la mediatización de la figura política así como el empeño en que éste deje de ser una figura política y se transforme en un actor de la vida pública ha generado nuevos debates orientados hacia el ejercicio comunicativo de los representantes y en qué medida, estos ejercicios reducen o acrecientan la representación en los electores. .

La crisis de la representación y la comunicación política

La relación entre las formas de comunicar y la crisis de representación en los gobernantes es un campo ya analizado en lo que concierne a la preocupación de los gobiernos por la imagen que proyectan hacia la ciudadanía en los medios de comunicación como generadores de la opinión pública y a partir de la percepción directa de la ciudadanía mediante la medición de la confianza, credibilidad y legitimidad que la sociedad da a las acciones gubernamentales.

La crisis de representatividad, como señalo Touraine es correlativa al interés y énfasis que se pone en los medios de comunicación y las formas en las que estos comunican los asuntos de gobierno, esto gracias a que los candidatos y gobiernos se encuentran más preocupados por la imagen que transmiten que por las acciones de gobierno a realizar para que den resultados convincentes, de esta manera, la

construcción simbólica de la que es producto el gobierno mediante la campaña está dirigida a la aprobación mediática y no hacia la generación de confianza y credibilidad, así como legitimidad del gobierno en sí mismo.

La medición de la popularidad y el rating de las figuras en el poder se han convertido en la evaluación más confiable que la ciudadanía percibe de sus representantes, esto brinda a los medios de comunicación un papel protagónico en la posibilidad de dar a la sociedad los datos oficiales y una interpretación aparentemente fiable.

De esta manera se conforma en nuevo espacio político en donde el poder y los medios actúan en unísono para garantizar una opinión pública favorable hacia el representante, sin embargo, esto genera una vertiente más de la crisis de representación en tanto que el ejercicio de los medios puede corromperse y convertirse en un mercadeo de opciones vendibles de imagen y propuestas que sólo tengan la apariencia de un buen gobierno sin la necesidad de que realmente lo sea, aunado a ello, se fija la información de manera unidireccional de la política hacia la ciudadanía y no a la inversa

La conformación de este nuevo espacio político basado en la relación de los medios de comunicación con los políticos garantiza lo que hoy en día la ciudadanía percibe como rendición de cuentas gracias a que, a partir de estos canales es posible acceder a la información de manera directa sin opinar sobre ella. Esta relación es relativa y sujeta a juicio dado que el tratamiento de la información de una y otra manera e incluso los miembros de los medios pueden determinar la imparcialidad de la información transmitida.

Ya se ha dicho con anterioridad que los medios de comunicación funcionan como vínculo entre los gobernantes y los gobernados y a su vez, son parte de este último sector, pero con mayor poder político en el sentido de que, a través de ellos, emana lo simbólico de la representación. Esta afirmación es también el motivo de que dentro de este “puente” exista un detonante de la crisis: a los que tienen poder, pronto se les olvida quién se los otorgó.

Los intereses particulares de los medios de comunicación, su ejercicio como conductos propagandísticos y los monopolios que se han creado alrededor de ellos ha hecho más complejo para la sociedad encontrar alguno que exprese las demandas que los políticos no escuchan. De ahí, ante la crisis de la representación de medios, instituciones y políticos las nuevas tecnologías de la información surgen como una opción viable en la que las audiencias son prosumidoras, es decir, que producen contenido propio a partir del cual pueden generar tendencias y ser leídos por otras personas que se identifiquen con sus formas de interpretar la realidad.

El uso de las nuevas formas de comunicación es una alternativa para la falta de representación de los políticos que comunican de formas unidireccionales. Los flujos de información que se originan mediante este tipo de redes rompen con la representación tradicional y son una alternativa ante el negativismo mediático que reduce las posibilidades críticas del electorado y de los ciudadanos y que da pie a una batalla bipolar del espectro ideológico generando incertidumbre, confusión y una baja en la participación electoral, sea en el terreno o de manera digital, el tratamiento de los mensajes, la información y las imágenes deben ser cautelosas para evitar reacciones desfavorables en la población.

El discurso político ante la crisis: generación de confianza y restauración de vínculos

El análisis de la relación de la comunicación con la representación política tiene otra vertiente además del análisis de contenido y de la posibilidad de los medios de comunicación de representar los intereses sociales que se encarga del diseño de imágenes confiables y estrategias en general de comunicación gubernamental, institucional y electoral para que el candidato tenga la aceptación esperada que incentive el voto y la identificación de los electores, para conseguir esto es necesario que tanto políticos como sus instituciones se adecuen a los discursos oficiales y dinámicas establecidas para conseguir tal legitimidad.

Los actuales conflictos en la política, las estrategias y métodos que han adoptado han llevado en declive a la política y al ejercicio de los gobiernos, la capacidad que estos poseían para resolver conflictos y generar cohesión se ha perdido, dando paso a la política del espectáculo y la frialdad en donde debates, discursos y propuestas están basados en *ratings*, popularidad y tendencias en redes sociodigitales. Si bien, es claro que el espacio en donde se manifiesta la representación ha cambiado y se han creado nuevas formas de comunicar, la representación a través de lo que los políticos dicen sigue en crisis, las propuestas que llevan en mano no cumplen con las expectativas de quienes las escuchan.

El ejercicio de la comunicación política dentro de la elaboración y creación de figuras capaces de representar se ha dejado llevar por la tendencia a la polarización y los discursos de miedo, de esta manera la exaltación de las virtudes de los políticos ya no resulta relevante y en su lugar las declaraciones planificadas, los discursos alejados de la realidad y el conflicto que genera incertidumbre en la sociedad sigue presente.

Hoy en día, recurrir a elementos tan gastados como la educación, la economía y el mejoramiento de la calidad de vida ya no se traducen en valores funcionales en campaña ni gobierno, los discursos políticos ya no enmarcan la realidad inmediata de la sociedad y el poder de enunciación de los gobiernos es tomado como meras ilusiones e ideas irrealizables que deslegitiman el ejercicio del gobierno. La percepción de que “todos los políticos son iguales” deviene precisamente de la imposibilidad de los políticos de hacer visible sus temas y discusiones, así como sus acciones y la legibilidad de estas (Innerarity, 2018).

La representación, como forma simbólica y lingüística a través de la cual se transmiten los propósitos gubernamentales queda invalidada en tanto que, para los electores los incentivos y atisbos de confianza se pierden en cuanto el discurso y las acciones se separan. Si bien, se ha señalado que parte del funcionamiento de la representación política es que cuando los electos representantes llegan al poder, gozan de cierta autonomía respecto a lo que prometieron en campaña y no están obligados a cumplirlo, es este mismo principio el que ha llevado a bajos números los resultados electorales siguientes.

El poco interés que se ha puesto en el ámbito del lenguaje dentro de la política, así como en el manejo de éste mediante la elaboración de discursos coherentes con la realidad de la sociedad ha permitido dilucidar algunas de las fallas más notorias de la democracia, es decir, al correspondiente a la

generación de sentido y significados como parte de la política mediada¹², característica de la democracia liberal.

La aceleración de los procesos de comunicación y con ello la complejización de su análisis a través de modelos como la agenda setting, la tematización o el modelo de doble flujo ha degradado más el debate y la posibilidad de que los ciudadanos sean partícipes de la deliberación, el discurso ante la crisis además de tener dentro de sí un nuevo lenguaje que consiga la credibilidad, debe ser contundente y apelar fundamentalmente a lo emocional sin llegar a lo ilusorio, se necesitan de nuevas narrativas y referentes para transformar el comportamiento político y la cultura política.

De ahí que, además de comprender lo que sucede en el campo y arena de lo político, es necesario conocer cómo piensan los electores y las evaluaciones que estos tienen de los gobiernos, prestar atención a la opinión pública y a partir de ello, establecer pautas de acción política que desarrollen de manera óptima el ejercicio simbólico que reduzca la percepción de crisis política desde los cimientos cognitivos de la ciudadanía, restaurando los vínculos y la cohesión colectiva motivada por una representación eficaz.

Ante la crisis, la regeneración de los vínculos con el electorado funciona temporalmente a través de una de las caras del discurso, aquella que conecta con sus intereses inmediatos y que ha sido explicada por la teoría de la elección racional; a largo plazo, el discurso ha perdido su potencia recayendo en la espectacularización y coloquialización.

La política tiene que ir más allá de la visión del spin *doctors* que planean la estrategia política a corto plazo con el fin de ganar en los comicios y construye marcos de significado temporales que no alcanzan a estructurar un mito de gobierno completo que cohesione a la ciudadanía a través de los proyectos que se proponen en consonancia con la imagen y estrategia de los representantes (Solanilla, 2018)

Más que elaborar estrategias con el único fin de vender políticos a electores consumidores a través de eslóganes y campañas mediáticas, la redirección de los discursos va hacia la autenticidad y la transparencia con lo posible dentro de la política. La mistificación del quehacer político banaliza los mensajes y hace que se pierdan en el incontable listado de promesas política sin cumplir.

¹² Entendida como el proceso comunicativo inserto dentro de la política en donde convergen los medios de comunicación, los sujetos políticos y los ciudadanos, siendo estos últimos el foco de atención en la proyección de mensajes políticos ya sean de gobierno o electorales.

Capítulo segundo

Conformación del sistema político mexicano: democracia de partidos, cultura política y representación

Breve repaso histórico de la política moderna mexicana: del PRI al PRI, cultura política, ciudadanía y democracia fallida.

1.1. La transformación del sistema de político: ciudadanía y cultura política

Uno de los logros más reconocidos producto de las movilizaciones sociales que se dieron durante el periodo de guerras fue la creación de los partidos políticos como organismos encargados de conjuntar cada una de las demandas de los ciudadanos, a su vez, estos actores políticos aparentemente salidos de la sociedad civil tenían como objetivo primordial regular a la sociedad mediante procesos de cooptación y con ello conseguir la estabilidad política y social que necesitaba el país.

Dentro de la historia de México, han sido varios los partidos políticos que se han formado con el fin de sostener movimientos, propuestas y candidatos que tienen como objetivo democratizar al país. Guiados por diferentes ideales, la gama de partidos se ha visto involucrada en cierto periodo de la historia, ya sea como oposición o como una forma de obtener apoyo adicional. A partir de ello, una vez pasada la Revolución Mexicana y considerando este periodo como la naciente modernidad democrática del país, los partidos políticos que se asentaron dentro del espectro político significaron la consolidación de un periodo en el que las orientaciones de los ciudadanos estaban dispersas conglomerando los ideales de cada uno de ellos dentro de una sola opción electoral.

La transformación de los partidos políticos en bloques *catch all*¹³ los ha convertido en una de las instituciones más desprestigiadas dentro del sistema político gracias a la pérdida de sus funciones como actores representantes, esto conlleva a una crisis política y legal en el sentido de que la representación en México sólo es efectiva mediante los atributos constitucionales que estos tienen y los procesos de los que forman parte así como la participación que tengan dentro de lo político a la hora de asignar representantes, de tal manera que más allá de ser sólo conglomerados de ciudadanos afiliados, sus intereses particulares en lo político, social y económico han llevado a que se generalice la crisis de representación no solo a la capacidad de gobernar de los políticos sino a las opciones electorales que se tienen a la hora de elegir.

Los valores funcionales de las campañas de los partidos políticos en México reducen su discurso al uso de la pobreza, la educación y la seguridad como propuestas constantes que dejan un vacío entre las demandas temporales e inmediatas de la sociedad. Su definición como organizaciones de integración de masas que se componen de estructuras concretas que tienen como fin plantear las exigencias democratizadoras y participativas de los ciudadanos (Reyes, 2018: 13) terminaron por convertirse en un órgano clientelar al servicio del mercado político con el fin de obtener beneficios económicos de los cargos genera una pérdida de legitimidad y confianza tanto en la institución como en el sistema político en general.

La poca legitimidad de la que gozan las instituciones dentro de lo que puede reconocerse como el sistema democrático moderno, se han convertido en el principal obstáculo para ejercicio pleno de la

¹³ El término hace referencia a la figura partidista configurada a través del interés que fijan los partidos de conseguir la mayor cantidad de cargos posibles con candidatos que fungen sólo como figuras que ocupan el cargo pero que sólo demuestra el interés económico y de potencia que requiere el partido para continuar figurando en la vida política.

ciudadanía en tanto que la hostilidad con la que manejan los cargos ha desplazado por completo a la sociedad eliminando su capacidad de discusión y deliberación sobre los asuntos públicos ejerciendo completamente lo que Stokes reconoció como el efecto Zaller, que consiste en la formulación de políticas de gobierno orientadas al favorecimiento de las élites políticas económicas pertenecientes al sector político empresarial, como actores principales antes que la ciudadanía misma. (Stokes, 2001: 121-182)

Los partidos políticos que nacieron como institución formal tras la revolución mexicana y los diferentes sectores que los componían funcionaban como centro de acumulación de poder en donde los cargos y dirigencias se repartían a modo y de manera rotativa para hacer aparente el cumplimiento de los estatutos democráticos que defendían la idea de que el poder fuera sustituido y repartido entre diferentes personas para evitar el letargo en funciones de los organismos, sin embargo, muchas de las actividades que se realizaban dentro del partido nunca fueron del total conocimiento de la sociedad gracias a la falta de autoridades electorales y lineamientos específicos constitucionales que señalaran las funciones concretas de tales organizaciones.

A partir de lo anterior, cabe señalar que parte de la crisis de partidos políticos que se originó, debió creación al nacimiento de estos no por falta de pluralidad sino gracias a la centralidad y al ejercicio dentro del poder. La relación del partido político y de las funciones del Estado no sólo cuestionaron las capacidades de los funcionarios, sino que puso en entredicho la supuesta pluralidad por la que se había luchado. El acceso al partido era restringido, las posibilidades de los afiliados a opinar sobre la estructura orgánica del mismo eran nulas y la competencia partidista estaba conformada por una sombra radical que no tenía la fuerza necesaria para ser oposición y por lo tanto se subordinaban a lo que el partido mayor decidiera.

En un escenario de pocas posibilidades y muchas necesidades, la oferta política era escasa y el conformismo junto con la existencia de un malestar agravaron la situación política de los mexicanos. La instauración de un sistema de partido único anuló por completo lo que los mexicanos entendían por democracia y la redujo a las elecciones periódicas con candidatos únicos del partido en el poder en donde la distribución del poder se repartía como propiedad y se dejaban de lado los intereses de la nación sobreponiendo los económicos, privados y empresariales.

Estos grupos de interés por décadas, han tratado con éxito, de inmiscuirse en la vida privada de los votantes a través de su activa participación en la manipulación de la opinión pública, generando de esta manera campañas ideales de carácter social y próximas a las necesidades más importantes de la sociedad, fundamentadas en lo que piensan los votantes erigiendo de esta manera un supuesto interés social que reduce la solicitud de rendición de cuentas a cada uno de los políticos que han estado en el poder.

Formación de la cultura política posrevolucionaria: “hacer política priísta”

La historia del PRI es la historia de la política moderna en México. La conformación de la democracia ha dado traspies a lo largo de la historia, para bien o para mal, el ejercicio fetichizado del poder ha traído consigo vaivenes de estabilidad social que han sido necesarios desde los tiempos independentistas, la idea de establecer una restauración de la política a través del partido “del pueblo”: el PRI. En ese sentido, la conformación de la sociedad y de su papel en lo político en México ha ido

de la mano con la formación del régimen político y del sistema de partidos que se fue definiendo después de la Revolución Mexicana, así como con la noción de democracia que se tiene en el país.

Dado el grado de desarrollo del capitalismo mexicano que se gestó después de los años 90, lo conveniente para impulsar el desarrollo del país en el marco de la implementación del modelo neoliberal era precisamente mantener un sistema de partido hegemónico que concentrara el poder y ejerciera un control político total además de que se convirtiera en el símbolo de unión a través de su transformación en maquinaria electoral y que a su vez, mediante la inclusión de otros sectores a sus filas de militantes, se transformara su forma de operar y los intereses a perseguir.

Esa versión más nueva del priísmo que se establece y define a partir de la entrada de la tecnocracia al poder y la inclusión de la economía en el ejercicio político además de la ineficacia de este mismo por adecuarse a las necesidades de la sociedad en lo que concierne a la adaptación de la clase media y de los nuevos sectores y mantenerse como un organismo corporativista que con dificultades trataba de incluir a un ambiguo sector popular. (Hernández, 2016:15) abonaron desconfianza hacia una sociedad políticamente consciente que ya vislumbraba el nacimiento de oposiciones fuertes, mismas se dieron a conocer con el fraude electoral y que dieron como resultado la concientización de los votantes y su consecuencia directa: la alternancia para el año 2000.

La historia que se ha construido sobre los resultados de la Revolución Mexicana y las instituciones que de esta derivaron, como lo fue el partido del Estado, ha tenido como todo proceso histórico, ciertas variaciones, sin embargo, es innegable que la creación de un partido que frenara los conflictos de intereses entre las diferentes clases, fue una de las soluciones mejor implementadas ante un contexto conflictivo que prometía dejar desestabilizado al país, a tal grado que los noventa años de historia del partido, son los mismos años en los que se inauguró el sistema democrático pacífico y autoritariamente estable.

Las atribuciones constitucionales, la relación con el Ejecutivo y además la ubicación de su sede fueron determinantes para que esa lógica se viera transformada. El partido terminó siendo la creación más sólida y fuerte dentro del sistema político mexicano que según Cosío Villegas, ya era poderoso gracias a la Constitución de 1917 y a las posibilidades de operación de la dualidad Ejecutivo-partido en lo que a ubicación y acción que permitió centralizar el poder y fortalecer los valores nacionalistas. (Villegas, 1972: 29)

La cultura política gestada tras los procesos revolucionarios generó un sentimiento paternalista que demandaba tener una institución que se encargara de los rubros políticos que los enfrentamientos habían dejado postergar y que perjudicaban directamente a la sociedad. Como se ha mencionado con anterioridad y a partir de lo que Cosío Villegas también afirma, una de las razones del declive del partido, fue la seguridad de que la sociedad no estaba cambiando y que la conservación de los valores tradicionales serían garantes a través del tiempo de la conservación de los ideales del partido, cabe destacar que esta aseveración fue eficaz en tanto que no se hicieran latentes otras necesidades, cuando la clase media comenzó a querer ser escuchada por ejemplo, el letargo en el que estaba sumido el partido y sus dirigentes así como sus representantes ya no generaban consenso sobre la imposición de la figura presidencial ni se aceptaba la apariencia del cumplimiento de pluralidad que tantos años había mantenido el partido,

La escasa cultura política, nacida como fruto de la poca competencia política permitida por el partido y por el conformismo de la sociedad con los programas que presentaban los candidatos y gobernadores, requería de una lucha por el reconocimiento de derechos a los que la civilización no estaba acostumbrada (haciendo énfasis en los que conciernen a la politicidad de la sociedad) y de una transformación completa de su noción originaria de cultura, volviendo a los cimientos bajo los que la ciudadanía había sido forjada, proceso que implicaba dejar de lado el “paternalismo” y ejercer la participación como elemento vital en la conformación de las relaciones de poder a convenir.

Se trataba del desarrollo de una sociedad atravesada por la cultura política parroquial y súbdita¹⁴, que se aleja de las decisiones políticas y normalizaba la institucionalización de la burocracia como un elemento necesario para la comunidad con la justificación de que era necesaria la estabilidad o el letargo en la vida política de la nación para dar atención especial a las problemáticas sociales como supuesto fundamento de la creación del partido como institución y como herramienta del poder Ejecutivo. Las suposiciones y la materia de oratoria en la que se convirtió el partido desvelarían las fracturas y los errores a futuro gracias a las disidencias generadas desde su interior además de establecer otras causas bajo las que se explicarían los años de poderío de dicha institución.

Las condiciones socioeconómicas, por ejemplo, representaban una de las causas por las que se explica la perpetuación del poder de dicha institución. En efecto, al analizar una de las manifestaciones de la apatía política que es el abstencionismo, mismo que también forma parte de la conformación de la cultura política de los ciudadanos y que se refiere esencialmente a la “no participación de los ciudadanos en el acto de votar” (Bobbio, 2005: 8), los estudios muestran claramente la existencia de una relación entre este tipo de comportamiento político con factores socioeconómicos, tales como los niveles de ingreso económico y de educación (Duarte, 2009: 21). Las condiciones de extrema pobreza no sólo van a delimitar en sentido estricto que la sociedad no está lista para definir un arco histórico basado en la modernidad, sino que su capacidad de abstracción de lo político sigue estando subordinada a lo que el poder crea conveniente.

González Casanova, basado en el análisis del comportamiento electoral de los mexicanos a partir de 1929 y hasta 1964, llega a las mismas conclusiones: “[...] la población económica y culturalmente marginal es políticamente marginal, y la menos organizada, la que menos manifiesta su oposición en las elecciones [...]” (González Casanova, 2004: 151).

Aunado a la marginación que pareciese era intencional, los intereses del partido si bien se habían posicionado hacia un sector de la población en lo que respecta a la acción era completamente diferente, una de las tareas que según Rogelio Hernández tenía el partido era erradicar la ambición por el poder que había en los estados, las propuestas de bienestar social eran rubros aparte que a pesar de ser motivo por el que la ciudadanía confiara en ellos no eran prioridad. El inalcanzable equilibrio

¹⁴ Estos dos términos son utilizados por Gabriel Almond y Sidney Verba en su estudio denominado “*La cultura cívica*”. Las categorías responden a uno de los primeros análisis que se enfocaban en el proceso de la formación de la cultura política de los electores en las democracias jóvenes. En ese sentido, la definición de cultura parroquial refiere a la cultura en donde los individuos tienen poca o ninguna conciencia del sistema político que les rodea y no se consideran parte ni afectados por las decisiones que pueda tomar el poder político. Por otra parte, la cultura política de tipo súbdito considera al ciudadano como un sujeto que tiene el conocimiento del sistema, pero lo ve como un actor que le provee de ayuda para solventar sus necesidades. (Almond, G y Sidney, V, 1963)

que se esperaba entre cada uno de los poderes y de las fuerzas opositoras restaron interés a la población.

¿Por qué se queda el PNR-PRM-PRI en el poder? Según Peschard, otro factor que influye en el comportamiento político de los individuos (hasta la actualidad) es la cultura política. La cultura política constituye un “código subjetivo” que media entre el individuo y la vida política y a través del cual construye su percepción de lo político y norma su comportamiento (Peschard, 1996: 9).

Quizá no de forma explícita, pero la dominación ejercida por el partido que terminó siendo hegemónico tuvo variaciones que mantenían a la sociedad desunida e incapaz de llevar a cabo levantamientos de fuerza política que lograran el cambio. Por un lado, la fetichización en su generalidad como el entendimiento de la subjetividad de la autoridad como la fuente primaria del poder por otro, la destrucción del poder de la *potentia* a partir de su analfabetismo para evitar el consenso, esta desarticulación de la comunidad ocasionaría a su vez un desmoronamiento en la estructura de los partidos como forma institucionalizada de representación de la pluralidad de ideas, cayendo en la espera de recompensas y en conflictos de poder dentro de estas instituciones.

La llegada de Cuauhtémoc Cárdenas, hijo del legendario Lázaro Cárdenas del Río, como figura de cambio e institucionalización implicaba también cierta inclusión de las masas populares, la clase trabajadora y la clase media como electores del partido. Dichas posturas innovadoras para un partido que tenía mucha historia comenzaron a generar incertidumbre sobre el rumbo del partido y su relación con el Ejecutivo.

En ese sentido, la imagen de Cárdenas al frente de la Corriente Democrática sería un símbolo que despertaría el sentimiento de las comunidades que aún conservaban la imagen del “tata Cárdenas” como el Príncipe Mexicano (Roux, 2005: 183). La nostalgia hacia la premodernidad se hacía latente en movimientos como el Zapatista, quienes añoraban el antiguo régimen pedían que Cárdenas (hijo) estableciera este contrato social que les beneficiaba, una delegación del poder hacia una figura que podría cumplir con varias de sus promesas, la crisis de la legitimidad del poder estaba inmersa en el horizonte del deseo y la imaginación donde la población pedía a viva voz el cambio de un régimen impuesto desde el nacimiento de la democracia.

Las reformas que trataron de llevarse a cabo dentro del partido y en el ejercicio de la política en tanto la participación de la ciudadanía y su influencia dentro del sistema político no tuvieron los efectos esperados en un inicio, a pesar de que el PRI tenía fines más incluyentes el pasado que lo caracterizaba no dejaba de lado la noción de “hacer política priista”. El estancamiento de la función era cíclico, los triunfos del partido eran avasalladores y la competencia comenzaba a ser inexistente, la coerción que ejercía el partido incluso con los partidos opositores registrados era tal que en las elecciones federales del 76 sólo una candidatura se presentó.

Si bien, a pesar de que se insistía en que el voto era una forma de participación y expresión de la sociedad, ni con la creación del PRI en 1946 ni con la inclusión de cada vez más sectores a la militancia se logró una verdadera representación. La afirmación que persigue la historia del partido y uno de los motivos por los que tuvo varios obstáculos no superados (Hernández, 2016: 127) es que sus militantes serían fieles al partido y que las victorias electorales estaban aseguradas siempre y cuando la estrategia micropolítica en la que se habían basado para su funcionamiento. Dicho error

fue señalado en múltiples ocasiones, mismas que se silenciaron mediante la violencia, sea física o sea social.

La metáfora del “arco histórico” (E.P Thompson en Roux, 2005: 205) como figura que denota el proceso histórico mediante el cual un suceso llega a su puto cumbre y desciende en posibles nuevos acontecimientos no sólo se sitúa en esta época de subversión constante y de inconformidad, es un ir y venir de los momentos más importantes de la sociedad, de ahí deviene la importancia de la modificación de las perspectivas institucionales a partir de la sociedad ya que estas son la representación de la delegación del poder del ciudadano hacia una autoridad que, obedeciendo a los requerimientos que la sociedad demanda, tiene la obligación de objetivizar el poder en pos del bienestar común.

En este sentido, los arcos históricos que componen la historia del PRI tienen puntos de descanso a lo que Hernández denomina las etapas de letargo del partido, los momentos de coyuntura que se traducen a partir de esta figura en aquellos enfrentamientos e intentos de reformar la lógica del partido y finalmente el arco más amplio y sin salida que generó la entrada de la tecnocracia a la dirigencia del país y del partido.

La relación entre una *potestas* institucionalizada y una *potentia* se consolida en la formación de instituciones que velen por el bienestar social, el ejercicio del PRI después de Cárdenas fue en algún momento óptimo a pesar de las contradicciones que el Ejecutivo desenmascaraba, es decir, a pesar de que el partido comenzara a velar por el interés de las mayorías el presidente continuaba apelando a los intereses de particulares y no de la sociedad, es así como puede explicarse esta crisis de legitimidad que desbordó en la pérdida de fiabilidad en el Partido de la Revolución que, con su último aliento de vida en el poder, se llevó las esperanzas sociales del cambio y originó una apoliticidad de dimensiones extraordinarias. El futuro de la sociedad está en la sociedad misma y en el fomento del desarrollo de una cultura política fuerte que no trastabillo ante la figura en el poder, está también en la fragmentación del hegemón analógico que se gestó desde los inicios corporativistas de lo que fue la formación del partido único.

La incertidumbre institucional como característica de la cultura política: el declive del PRI

La incertidumbre institucional es definida como la incertidumbre sobre las reglas, es una falta de definición de estas en un caso extremo o a su naturaleza parcial a favor de las fuerzas identificadas con el viejo régimen, la incertidumbre institucional sería el reflejo de las instituciones parciales, predisuestas a determinar de antemano a los ganadores y perdedores de la competencia política. (Sánchez, 2011: 104)

A partir de lo anterior, en 1988, el fantasma de la ilegitimidad reapareció. La certeza en los resultados de las elecciones presidenciales generó malestar en la sociedad gracias al posible fraude en los comicios, la pérdida de creencia en las autoridades y la deslegitimación de las acciones políticas fueron algunas de las causas por las que el periodo siguiente de elecciones el rumbo del país se iba a caracterizar por ser democrático y la incertidumbre se convertiría en una de las condicionantes de los procesos electorales venideros dando legitimidad al proceso electoral.

A falta de mejores opciones y de oposiciones fuertes, así como terrenos perdidos, las mejores candidaturas surgieron de un sector al que no se le había prestado la debida atención. El grupo de tecnócratas expertos en economía y desinteresados en la política representaron el declive del partido y de la fuerza del Poder Ejecutivo.

La relación antes limitada entre la economía y la política fue estrechándose hasta que el interés primario del poder político fue el fortalecimiento del país en materia económica y la apertura en todos los rubros políticos se hizo incontrolable. Este acontecimiento es marcado como uno de los fundadores de la política priista actual debido al desconocimiento que tiene la clase política de dicho partido sobre las necesidades de la sociedad, mismas que podrían generarle confianza y con ello la certeza del voto a cambio.

Para dar sustento a lo anterior, cabe señalar que fueron dos las condiciones que hicieron que la opinión pública dejase de confiar en el régimen, por un lado, el desgaste de un conjunto de reglas que habían otorgado estabilidad al sistema político en términos de circulación de cuadros y líderes dentro de los partidos y por otro, la falta de efectividad de un modelo económico basado en el crecimiento del país y no en la eliminación del horizonte de escasez, situación que heredó la campaña de Salinas de Gortari quien como Secretario de Programación y Presupuesto, propuso las reformas de reestructuración económica orientada al mercado.

Cabe destacar que el gobierno de Salinas se dio al calor de un contexto internacional de recuperación caracterizado por la caída del Muro de Berlín y la desaparición del mundo como ente bipolar siendo el régimen capitalista el que determinaría las nuevas relaciones de producción y reproducción de los medios, bajo este sistema de producción, México decide adoptar una forma político- empresarial de “adelgazamiento” del Estado a partir de la privatización de empresas de carácter público como bancos y Teléfonos de México. La deformación del ideal político entonces recayó solamente en las preocupaciones políticas por la acumulación del capital y la incentivación del “proyecto modernizador” a costa del bienestar social.

La cúpula empresarial a partir de la entrada de México al sistema de producción neoliberal comenzará a crecer y por ende a delimitar quiénes serán los cabecillas de la nueva economía mexicana, figuras como Carlos Slim, quien hasta ahora sigue siendo una figura empresarial destacada, estarán no sólo pendientes de las próximas privatizaciones sino de las candidaturas siguientes y los beneficios que puedan ser obtenidos de cada régimen, estas figuras empresariales se apoyaron sobre todo en la formación del gabinete presidencial formado por principalmente economistas recién traídos de tierras norteamericanas con la visión de la creación de un mundo mejor a partir de la instauración de un ethos realista basado en la liberación del comercio, el fomento a la inversión extranjera, la privatización y los derechos de propiedad privada.

Del PRI al PAN: el punto máximo de desconfianza en el sistema

Se trataba de la formación de una cultura política mercantilista vista como una conformación donde entran en juego el grado de complejidad social, el régimen político (Bobbio, 2005: 415-417) y, desde una perspectiva marxista, el modo de producción imperante en esa sociedad (Marx-Engels, 1976: 78-8212; González Casanova, 2004: 186-205). A pesar de su resistencia, el régimen político surgido en 1929 no pudo evitar su caída. En 1987, con el país sumido en una nueva crisis económica, el partido

del Estado se divide y la fracción disidente constituye una amplia alianza de fuerzas de izquierda que en 1988 sacude al régimen.

El principal déficit del Estado mexicano es su falta de legalidad en términos políticos, problema que encuentra sus raíces en la propia conformación del Estado-nación. La perversión de sus identidades partidistas las cuales funcionaron a modo durante todo el siglo XX, abonaron más a la incertidumbre que se tenía sobre el rumbo del partido con acciones como la cooptación de otros partidos como el PAN.

Estas acciones que llevaban a la reorganización constante de las bases partidarias de diferentes partidos existentes trajeron consigo la definición clara de la existencia de un partido único al que la ciudadanía debía revelarse por el bien de la pluralidad y de la conformación de una nueva cultura que transformara el régimen que estaba adoptando el país, sin embargo, dicha transformación, sin el impulso de un gobierno que la motivara mediante la propagación de dichos fines caería en un momento de larga duración con la meta fija a largo plazo de conseguir una cultura política sólida cimentada en las premisas democráticas originarias.

Era de esperarse que el candidato oficial ganara las elecciones presidenciales en medio de los más serios cuestionamientos al sistema electoral y con la votación más baja lograda jamás por el partido en el poder hasta esa fecha. Los últimos gobiernos del PRI tuvieron que tomar medidas drásticas que sepultaron su fiabilidad por completo dentro del imaginario colectivo de la sociedad mexicana, para tratar de salvaguardar su reputación y con la esperanza de un nuevo triunfo,

El Estado comenzó a suavizar sus controles autoritarios. Concedió el voto a los jóvenes desde los 18 años, aceptó el registro de nuevos partidos y una nueva composición del poder legislativo ampliando los espacios a la oposición mediante el sistema de representación proporcional. Pero después, lo que fueron concesiones se convirtieron en conquistas. Las presiones de un sector de la sociedad a través de una política intensa obligaron al Estado a profundizar las reformas legales que modernizaron el sistema electoral mexicano hasta sacar las elecciones del control gubernamental (Labastida-López, 2004: 780-798).

De esta manera, se pudo observar, en primera instancia que el país no estaba listo para crecer si no se hacía caso de las demandas sociales como servicios de educación y salud y demandas políticas que reclamaban los derechos de los pueblos indígenas, la transición del horizonte de la escasez hacia la riqueza no había sido satisfecho como lo había prometido el candidato priista y por tanto la modernidad no podía ser un triunfo dentro del gobierno salinista o zedillista, la división del trabajo y la reproducción de los medios de producción continuaban siguiendo el modelo de mando- obediencia, consecuencia de la posibilidad de enajenación al suelo tras la reforma al artículo 27 Constitucional realizada en el gobierno del 88-94.

El segundo suceso que restó legitimidad al PRI fue el asesinato del candidato priista Luis Donaldo Colosio que no denotaba nada más que la crisis estructural partidaria, el evento fue repetido con Francisco Ruiz Massieu en septiembre del mismo año. El PRI se estaba quebrando desde sus cimientos y con ello la confianza que el pueblo tenía para con el partido hegemónico que ya estaba en boga desde el fraude electoral.

Un tercer evento que sorprendió en ese año al recién electo presidente Ernesto Zedillo fue una devaluación del peso que sumió en la miseria a cientos de familias y que provocó que el presidente mirara hacia su vecino del Norte para ayuda financiera, la influencia norteamericana se veía reflejada no sólo en la tambaleante estabilidad que los préstamos le brindaban a México -otra vez- sino que comenzaron a adoptarse las técnicas y las estrategias del modelo estadounidense, con el fin de difundir mensajes destinados a destacar los resultados de la gestión del gobierno y a explicar la lógica de las políticas públicas (Meyenberg,2015: 9)

Una completa evolución social se desprendió del declive del poderío del PRI, la necesidad de las familias por solventar las necesidades más básicas dio origen a un nuevo arco histórico donde el papel de la mujer se enaltece dando origen a su participación dentro de la producción y donde el analfabetismo descendió de 45% a 9.5% en 40 años aunado al incremento de las zonas de extrema pobreza aledañas a la capital del país. Sin la posibilidad de obtener un equilibrio, la transformación social y cultural de los mexicanos trajo como resultado un cambio radical en sus formas de entender la política y con ello, la demanda por un cambio se hizo más latente.

Un punto importante dentro de la debacle del régimen priista fue la participación de la opinión pública y la apertura de los medios de comunicación para la representación pluralista de ideas, medios de oposición y con carácter crítico permitieron que la sociedad se informara mejor para las siguientes elecciones. En el 2000 el periodo de elecciones presidenciales estuvo caracterizado por cierta inseguridad que parecía vinculada a la corrupción institucional; las condiciones no mejoraron en los últimos años de Zedillo, la economía crecía a paso lento y el alza salarial se veía lejana.

En este sentido, cabe destacar que los procesos de democratización y liberalización, junto con las tecnologías, han influenciado cambios en el modelo de comunicación presidencial para que exista un mayor balance entre los tres principales actores involucrados (políticos, periodistas, opinión pública) en una relación que deje de tener como consigna el intentar “manipular” la opinión pública (para lo cual se buscaba “controlar” a los medios), para adoptar como objetivo el intentar “convencer” y “persuadir”.

El panorama que se abría y la oportunidad para las oposiciones quedó demostrado cuando Cárdenas rechazó cualquier cambio por la vía violenta o la nulidad de su candidatura contra el argumento de los candidatos panistas, la conformación de una naciente sociedad barroca en México tenía como objeto imparable el cumplimiento de los deseos e imaginaciones (Tapia, 2006: 16) que se venía gestando desde la postrevolución, el rompimiento del ejercicio del Estado con la nueva concepción de ciudadanía no sería un tema a partir del nacimiento de esta nueva cultura política.

La lucha no sólo se daba en los números electorales sino en estrategias de campaña como sondeos realizados por la oposición donde las negativas en apoyo al PRI iban en ascenso mientras que el partido al mando, la creación de instituciones como el Instituto Federal Electoral como sujeto regulador del proceso electoral era una medida urgente que diera credibilidad a los procesos electorales; la sociedad ya no era crédula, la falsa conciencia y el discurso imperante ya no coincidía con las necesidades de la población, la derecha identificada con el PRI se resistía al cambio con el deseo de mantener al status quo, la clara imagen del ethos realista es bien definida por este PRI que en la actualidad busca el cambio a través de las moderaciones y la izquierda identificada con el PRD

imagen del ethos barroco se caracterizaba por el deseo de un cambio político democrático mediante la transformación del régimen y sus instituciones (Echeverría, 2002)

Las elecciones intermedias de 1997 vieron ejercer el funcionamiento del Instituto Federal Electoral, donde se cumplió con las condiciones de competencia, la organización del proceso electoral, el procesamiento de los resultados y la calificación de los resultados, este nuevo ejercicio del voto y el votante brindaba la certidumbre institucional necesaria para que, en dado caso, se estableciera de nuevo una gobernanza del PRI.

Sin embargo, el cambio hacia una democracia que parecía originaria del pueblo, se dio con las elecciones de 2000, año que marcó la caída de un gobierno que se sostuvo en una cuerda floja en sus últimas expresiones, con un país dañado por el sometimiento a un sistema capitalista que no quedaba a la medida de las necesidades del pueblo y con una sobreexplotación no sólo del capital humano sino de todos los medios de producción, el voto y el ejercicio de supervisión del IFE dieron como resultado la aceptación de una nueva figura que nada tenía que ver con el modelo empresarial del PRI.

La nueva democracia: confianza y credibilidad institucional.

De esta manera, el triunfo del PAN en las elecciones de 2000 fue para muchos el punto más alto en la culminación del proceso de transición hacia la democracia mexicana. Vicente Fox llegó ante una sociedad que esperaba un cambio radical en la forma del ejercicio del poder, con una legitimidad que dotó al nuevo gobierno con: libertad, limpieza y competitividad no sólo él se vio beneficiado en el conteo de votos, sino que por consiguiente otorgó al IFE la certidumbre sobre su funcionamiento desfasado del gobierno.

La celebración de las elecciones dejó en claro que la libertad y la imparcialidad comenzaban a ser calificativos del próximo presidente, esta transición tuvo como referente concreto la reducción de la percepción de incertidumbre institucional a un punto mínimo dentro de la opinión pública, las reglas del juego serían otras, muy diferentes a las propuestas por el PRI. La terminación de un arco histórico que implicaba el inicio de otro generaba tal incredulidad en la sociedad que, con cierta duda, dieron la oportunidad a un nuevo candidato. Esta transición dio pie a que fuera necesario el estudio del comportamiento político toda vez que estamos en medio de un proceso de democratización en el que la participación ciudadana, como comportamiento político específico, no ha logrado consolidarse, los flujos de antagonismo social con las elecciones de 2000 se desbordaron y concluyeron en lo que fue la construcción de una nueva imagen gubernamental.

La perspectiva iba en declive conforme se desarrollaba el sexenio de Vicente Fox, la generación de una nueva apatía política y el bajo rendimiento de la participación política parecían ganar terreno. La fetichización del poder no había sido abandonada y la “toma de poder” en el sentido que Dussel señala, se dio a través de los medios coercitivos mediante el uso de la violencia ilegal e indiscriminada en la resolución de conflictos como Atenco y el de Oaxaca; el intento por desaforar al candidato más fuerte de la oposición, Andrés Manuel López Obrador, y el abierto intervencionismo de Fox en los procesos electorales del 2006, entre otros acontecimientos, hicieron ver que el autoritarismo y la lucha por el poder seguían siendo componentes clave del sistema político mexicano y que aquella identidad de la política al estilo del PRI no había sido del todo abandonada.

El inmiscuir de la figura presidencial en las elecciones de 2006 significó una completa ruptura con la certidumbre que en el inicio se había ganado para con las instituciones, dar por sentado que se mantendría fue uno de los principales errores del gobierno de 2000, tras las elecciones del 2 de julio de 2006, la encuesta realizada por el Proyecto de Elecciones Nacionales Comparadas señaló que el 48% de la población había perdido de nuevo la certidumbre sobre la sucesión presidencial.

La formación de la cultura política se vio claramente dañada por la influencia presidencial en las elecciones de 2006, el gobierno de Felipe Calderón Hinojosa no fue el cambio hacia la formación unitaria que implicara la participación de todos en las decisiones políticas, el comportamiento político se vio escindido por una pluralidad de partidos que buscaban la certidumbre institucional de la sociedad, asunto que terminó en un fetichización de partidos, en una lucha descarnada por el beneficio del poder.

El ejercicio del poder llevado desde Fox hasta la credibilidad de las propuestas de Peña Nieto no sólo enaltecen la falta de una cultura política sólida que aunque histórica se encuentra fragmentada ante la falta de la satisfacción de algunas necesidades como lo son la educación, en primera instancia aunado al refortalecimiento de lo que con anterioridad se había mencionado sobre la baja incentivación del fomento y la especialización en el comportamiento electoral y político en su generalidad de la sociedad.

Mientras que el gobierno de Fox trató de remediar las condiciones del régimen priista, el gobierno de Calderón se vio marcado por la infructuosa lucha contra el narcotráfico, sin embargo, ninguno logró una reforma tal que se pueda considerar como trascendente en la democratización del país, por el contrario, la corrupción de sus formas dio paso a que el extranjero pusiera la mirada fija en las decisiones del país.

El nuevo PRI: la apuesta por el cambio y la oposición presente

Las elecciones del PRI en 2012 estuvieron caracterizadas por la pérdida de la representatividad del poder, una candidatura mediática y una figura vendible fueron los recursos que permitieron que la imagen del antiguo “Príncipe mexicano” quedara en el pasado y que la oposición se viera ridícula ante la cómica candidatura que proponía las mismas promesas que el PRI del 88, reformas para el bien de la nación que incluían de nueva cuenta la privatización de las organizaciones públicas, la promesa del futuro mejor en la sociedad mexicana es ya un repetición que viene desde la postrevolución.

La reformulación de los principios del PRI a través de Enrique Peña Nieto resultaron ser terreno nuevo para analistas, periodistas y nuevas generaciones que comenzaban a incluirse en la política. Con una participación más abierta y con mayor implicación en la actividad electoral, las elecciones de 2012 dieron su voto de confianza al partido que ya había estado por muchos años en la silla presidencial bajo el mito que lo definía como “el nuevo PRI”.

Sin afán de volver a lo que era la política antes, la esperanza en la estabilidad o letargo que caracterizaba al PRI era sinónimo de estabilidad y pacificación tras las brutales masacres, consecuencia de las decisiones del gobierno panista. López Obrador, quien representaba la única oposición viable había sido juzgado por los largos meses del periodo de “resistencia civil” en el que generó incertidumbre política sobre las decisiones del gobierno de Calderón.

El rumbo de la política en México se vería determinado acorde a las acciones que el nuevo presidente realizara en el país, en ese sentido, los mexicanos proyectaron sus nuevas inclinaciones partidaria hacia la satisfacción de sus necesidades inmediatas, la representación política se dejó de lado dando paso a la representación económica que degeneró aún más la escasa cultura política del mexicano; la despreocupación por la política en sí misma, traería consigo resultados favorables para Peña Nieto, quien, con declaraciones ensayadas, discursos vacíos y a aparentes promesas a largo plazo, obtuvo la presidencia sin mayor esfuerzo.

Con el paso de su ejercicio en el poder, el descontento con sus acciones que comenzaban a rendir frutos y perjudicar a las mayorías y la nueva ola de concientización estudiantil, la aparición de la oposición fue pertinente y los resultados de las elecciones intermedias, demostró algo que el “nuevo PRI” no tenía previsto: una revolución de conciencias sembrada en las elecciones intermedias de 2015 en donde el partido- movimiento Regeneración Nacional, se llevó varias regiones quitando peso al partido en el poder y con ello cimentando nuevas expectativas para el escenario electoral venidero.

La “puerta abierta” al PRI no era sino una urgencia en la sociedad criminalizada por el narcotráfico. Los años del histórico partido como arma gubernamental se asomaban como resultado del voto de castigo de la sociedad hacia los partidos que ya habían fallado, a partir de esto, es posible concluir que la formación de la cultura política en los mexicanos es intermitente y obedece estrictamente a las necesidades del momento, sin embargo, esas necesidades ya no son determinadas por aquellos que en su momento votaban por el partido porque no había opciones, el escenario multipartidista en el que vive la sociedad mexicana da cabida a la pluralidad electoral demandada al partido único años atrás.

No hay un modelo establecido sino una realidad visible bajo la que se pueden regir los gobiernos venideros y sobre la que es posible construir una nueva versión del partido que vio a la sociedad mexicana madurar o cambiar el rumbo de la política mexicana y de la formación de sus ciudadanos con nuevas opciones que no sólo prometan el cambio, sino que lo lleven a cabo.

1.2. Democracia, cultura política y ciudadanía: los retos de la representación política en México

Desde su inauguración como Estado independiente, México ha tratado de definir el sistema bajo el que opera el poder político. La complejidad de la sociedad que quedó tras las diferentes guerras que movilizaron el orden del país trajo consigo la necesidad de definir un espacio político en el que las demandas generadas por el descontento de las diferentes divisiones sociales, económicas y culturales se vieran representadas y cumplidas en lo legal.

En este sentido, la instauración de un régimen de corte democrático representativo era ideal para dar solución a las demandas de la sociedad, sin embargo, pulir el ejercicio de los representantes es todavía una de las tareas inacabadas de la democracia moderna, en tanto que la transparencia que se exige a los representantes sigue siendo parcial y la eliminación de algunas demandas que pueden llegar a convertirse en consecuencias políticas no está justificada. (Béjar, 2004: 8-9)

La promulgación de diferentes documentos de corte liberal como la Constitución de 1917, basada en las reformas juaristas y lerdistas y producto de las revueltas de la Revolución Mexicana, tuvo dentro de sí requerimientos como la instauración de una república federal y democrática en la que el sufragio

fuese universal y la consideración del ser ciudadano fuera reconocida para cada individuo, estas características definieron al Estado como uno democrático de carácter social (Cruz, L. 2012: 25)

Aparentemente y gracias a este documento que rige el orden político y legal de país, México es un país democrático desde el punto de vista de lo electoral, sin embargo, en lo que refiere al desempeño de la ciudadanía y a la selección de los representantes aún no alcanza la madurez necesaria, esto gracias a que la representación se lleva a cabo bajo un modelo de mando- obediencia en donde los representantes, parte de la cúpulas de poder, ejercen su voluntad contra las demandas sociales, en ese sentido, las desigualdades en las que México se ha visto sumido durante toda su historia han hecho del país una “democracia sin demócratas” (Camín, A. 108: 12) caracterizada por mantener los valores y prácticas de los antiguos regímenes evitando el paso al cambio en lo que concierne a las atribuciones de los ciudadanos.

Para poder instaurar una democracia de verdadero carácter representativo no sólo se requiere del otorgamiento de derechos políticos, es necesaria una revolución en las formas de ejercer la ciudadanía a través de la separación de los procesos de reproducción social y de reproducción económica que distancien los intereses particulares de las minorías de los intereses generales para que no sean obstáculos a la hora de tratar de conseguir un equilibrio entre el desarrollo económico y el desarrollo social (Tapia, 2006: 15) además, es necesaria también la instauración de un Estado de derecho legítimo alejado de la corrupción en donde los representantes se hagan responsables de sus cargos, así como del establecimiento de derechos otorgados por igual a cada uno de los ciudadanos considerando a estos como una entidad que permite la vinculación entre cada uno de los individuos y a su vez, los sitúa como el centro de la democracia moderna siendo los actores principales en el establecimiento de acuerdos colectivos que promuevan una mejora en la calidad de vida.

El derecho a ser representado de manera eficaz es uno de los rubros que deben cumplirse dentro del ejercicio de los derechos políticos, sociales y civiles en tanto que el poder se delega a los representantes con el fin de que estos sean portavoces de las demandas ciudadanas sin restar importancia a todas ellas. Ante esto, Marshall señala que:

El elemento civil se compone de los derechos necesarios para la libertad individual: libertad de la persona, de expresión, de pensamiento y religión, derecho a la propiedad y establecer contratos válidos y derecho a la justicia. (...) por el elemento político entiendo el derecho a participar en el ejercicio del poder político como miembros, las instituciones correspondientes con el parlamento y las untas de gobierno local (...) el elemento social abraza todo el espectro, desde el derecho a la seguridad u a un mínimo bienestar económico, el de compartir plenamente la herencia social y vivir la vida de un ser civilizado conforme a los estándares predominantes en la sociedad las instituciones directamente relacionadas son, en este caso, el sistema educativo y los servicios sociales. (Marshall, 1991:22-38)

A partir de lo anterior, el proceso histórico no lineal que transcurrió para la obtención de estos derechos en México fue modificado en múltiples ocasiones mejorando las condiciones y cediendo algunos puntos para conseguir el pleno ejercicio de la representación política sin centrarla en su totalidad dentro de lo electoral e incluyendo otras actividades más enfocadas al enriquecimiento en la formación de la cultura política y la cultura cívica que permitieron la liberación de los derechos y con ello la conformación de la ciudadanía basada en la unidad y generalidad, esto trajo consigo la aparente eficacia de la representación ya que existía la posibilidad de que cada uno de los sectores

sociales sin importar físico, sexualidad, raza, condición social o económica fueran participes de manera parcial en la vida política.

Los primeros signos de realización de esta inclusión de otros sectores se vieron reflejados en la descentralización del poder Ejecutivo y su división equitativa en los otros dos poderes de la Unión además de perder el control principal del partido político al que la figura del representante pertenecía. En materia, puede decirse que la representación política en México ha emanado más del poder Legislativo conformado por los representantes de los partidos políticos, que de la figura presidencial misma, ello gracias a la participación de las instituciones dentro del ejercicio de éste a través de la proposición de reformas, propuestas y modificaciones *ad hoc* a las demandas sociales, de esta forma, la pluralidad y productividad de quienes elaboran, aprueban y promueven las leyes hacen legítima la representación y generan confianza, credibilidad y aceptación del ejercicio político.

La inoperatividad de la democracia directa fue evidente en el trazo del sistema político que México iba a tener después de sus movilizaciones sociales por lo tanto, se optó por el modelo de un sistema democrático representativo y presidencialista con elecciones regulares en las que serían participes los candidatos elegidos por la ciudadanía a través de los partidos políticos como instituciones creadas para estos fines; parte de sus funciones, además de ser las de operar el poder político en representación de las masas, consistían en hacer cumplir intereses y demandas de aquellos que los elegía.

Desafortunadamente, la forma en la que se pensó el sistema político y las acciones que se llevaron a cabo fueron en sentidos opuestos y la representación ejercida por los grupos en el poder fue reducida al cumplimiento de los caprichos de los políticos que vivían de los cargos. La desigualdad social y la pobreza siguen siendo un tema pendiente y agravado por la inseguridad dentro de los campos de operación de la democracia, el distanciamiento de lo político-electoral y lo ciudadano se ha convertido en la definición de la crisis de representación en México.

La representación en México se ha caracterizado por tener dentro de sí la aspiración a varios ideales que exigen demasiado a los gobiernos sin un esfuerzo mínimo de la sociedad, la ignorancia política de los ciudadanos se ha convertido en el pretexto de los representantes ante las responsabilidades que estos deben asumir, de esta manera es más fácil enriquecerse a costa del poder del que son poseedores a pesar del reclamo de las mayorías, mismas que son excluidas, marginadas y empobrecidas gracias a la poca consideración que las políticas gubernamentales propuestas tienen hacia los gobiernos.

La endeble representación que se ejerce en el país desde su declaración como nación independiente no es sino producto de la voluntad de las minorías. La representación en el país es relativa en tanto que no se cumplen en su totalidad las demandas ni se lleva a cabo la modernización prometida bajo el modelo de la democracia contemporánea, esto da origen a las diferentes crisis en las que se encuentra el país que no se resumen en la latente crisis de gobernabilidad sino en la incapacidad de satisfacer las necesidades económicas, sociales y culturales.

El malestar con el ejercicio de los representantes en el país ha traído consigo la deslegitimación de sus funciones y la falta de credibilidad ante las propuestas que prometen en campaña, tanto el personal político y las instituciones a las que representan se encuentran en un constante incremento del desprestigio y la desconfianza por parte de la sociedad.

La desventaja ante esta creciente deslegitimación es que los gobiernos nacidos de la Revolución Mexicana no fueron la clave desarrollista que se necesita para la instauración de gobiernos confiables, sino que, a través de las prácticas clientelares y caudillistas, así como de la imposición de gobiernos tecnócratas enfocados al enriquecimiento de la vida económica de las minorías se heredó con el paso de los años un gobierno cada vez más débil y con menos visión a futuro. Esta brecha entre lo ideal y lo que se realizaba trajo consigo brotes de descontento político que trataron en algún momento de instaurar una democracia en toda su extensión de manera súbita, la transformación o necesitaba de otro movimiento armado o de una revolución de conciencias que trajera nuevamente al poder a un representante alejado de las elites en el poder.

La estabilidad política y el bloqueo que el Partido de la Revolución Institucional estableció en el país es un punto de inicio ante la inconformidad de las decisiones de gobierno y con ello la generación de la crisis de representación política que caracteriza al gobierno y a las instituciones. Sin ahondar en lo que refiere a la formación del partido ni al proceso que dio nacimiento al mismo, cabe destacar que sus funciones no fueron creadas para garantizar el cumplimiento de las demandas sociales sino como una forma en la que se trataba de estabilizar el orden social sin la necesidad de que cada uno de los sectores fueran parte de las decisiones políticas que se tomarían para determinar dicho ordenamiento, el resultado fue la conjunción de varios sectores con intereses diversos que se fueron homogeneizando hasta conseguir una unidad que respaldaba lo que el Ejecutivo determinara.

A pesar de los años de baja funcionalidad, letargo político y de las pocas expresiones de insatisfacción que fueron reprimidas por el Estado, los procesos políticos anteriores a la llegada de lo que se consideraba la transición a la democracia moderna, son de suma importancia como elemento definitorio de las crisis posteriores, esto gracias a que la insistencia en el impedimento del cambio hizo que se heredaran, sexenio con sexenio, las viejas prácticas de gobierno con distinciones imperceptibles.

El proceso de transición de un sistema político caracterizado por la relación entre el partido político y el estado dio inicio a un intento de proceso de democratización del país que puso dentro del poder a un candidato que se encontraba lejano de la sociedad. En este contexto, la “nueva democracia mexicana” mostró la incapacidad que tenía de funcionar bajo las reglas políticas distintivas de un cambio de régimen.

Bajo el pretexto de no contar con el apoyo legislativo necesario para llevar a cabo esta democratización, el gobierno de Vicente Fox dio paso a una sucesión presidencial conflictiva que puso en evidencia la inmadurez del desarrollo político en México y la reducida preparación que tenía la cultura política de la ciudadanía para hacerse cargo del rumbo del país mediante el ejercicio de un voto informado no mediado por los intereses particulares.

Campañas en México: estrategias de comunicación política y representación

2.1. Estrategias de comunicación política en la democracia representativa mexicana: el proceso electoral como etapa detonante de crisis de representación

Las campañas: el uso de la mercadotecnia política como estrategia

Las campañas políticas, como herramienta de análisis son idóneas para entender las expresiones políticas y culturales de la sociedad, es una variable que permite el conocimiento de las diferentes estrategias que llevan a cabo los partidos y candidatos, así como algunas instituciones representativas para atraer el voto de los electores a través de la interpretación que estos tienen sobre las demandas de los ciudadanos a partir de las cuales elaboran propuestas y acciones que atraigan votos para obtener el poder.

Una campaña político electoral, a grandes rasgos, es una estrategia política, discursiva, comunicativa, económica, cultural y social elaborada por especialistas que pretenden transmitir mensajes convincentes para la sociedad y con ello generar apegos, identificaciones e ideas a partir de las cuales los votantes puedan elegir a sus representantes.

La historia de las campañas políticas parte desde los estudios de la publicidad, la mercadotecnia y la opinión pública, mismos que están basados en otras disciplinas y que son el quehacer fundamental de politólogos y comunicólogos. Como tal, las campañas que se conocen hoy en día surgen hacia los años setenta con el uso del marketing publicitario dentro de la política y dejando de lado las estrategias de propaganda común como el uso de los espacios públicos para promoción, aunado a ello el esclarecimiento cada vez más notorio de la distinción entre la publicidad y la propaganda, fueron detonantes claves para transformas las formas en las que la política se llevaba al espacio público durante los procesos electoras.

El reto principal de las campañas políticas, más allá de conseguir el triunfo es generar identidad entre los electores, la propagación de la cultura, de los valores y de los fines de quiénes la realizan deben estar presentes en cada una de las fases de ejecución de ésta. De esta manera, las campañas políticas y sus resultados se convierten en uno de los momentos políticos más importantes en la sociedad en tanto que éstas son capaces de organizar a los individuos y relacionarlos con el ámbito político de manera periódica. Como señala Héctor Tejera,

(...) las campañas eslabonan, condensan y expresan múltiples aspectos de las relaciones sociopolíticas ya que están sujetas a determinaciones generales marcadas por el contexto político y económico en que se realizan, así como posibilidades y límites que derivan de la organización y estructura de cada partido político e, incluso de las formas de elección y procedencia de los candidatos (Tejera, 2003: 11)

La forma en la que se hacen las campañas políticas se ha transformado dejando de lado el solo uso de los métodos tradicionales y haciendo uso del marketing político, fundamentado en la publicidad, este adhiere a las estrategias de las campañas electorales algunas de las herramientas usadas para vender productos, es en este contexto que la percepción del candidato a representante muta de ser sólo la figura política a ser un producto para la política y el resultado de una compleja planeación previa que permite la recepción del mensaje político en los electores

El uso de estrategias de mercadotecnia política para hacer efectivas las campañas con la implementación adecuada de los procesos de comunicación política, ha conseguido que la política y los políticos recuperen presencia en la sociedad a partir del análisis que hacen de la misma y sobre la que construyen una propuesta congruente en cuanto a imagen, propuestas, ideología y discurso del personal político, misma que a su vez toma en consideración las expectativas sociales y el proyecto político que se persigue.

En este sentido, es destacable señalar la estrecha relación que existe entre la realización de las estrategias de campaña y los ciudadanos que no sólo está acotada a la relación que pueda existir entre el candidato y la sociedad sino que a partir de la segmentación de los distritos electorales, la planeación de brigadas de información y la creación del material propagandístico, el equipo de campaña establece lazos comunicativos que pretenden conseguir una opinión favorable de las propuestas políticas.

La batalla por la opinión pública a favor del candidato es una lucha que se da entre estrategias de campaña bien o mal empleadas y que tienen como fin conseguir un panorama posible de los resultados a partir del apoyo que se dé las propuestas, es en este punto en donde el ciudadano pasa a ser un cliente consumidor de campañas que tratan de comprar con promesas a largo o corto plazo, incentivos y demás elementos simbólicos, el voto ya no del elector sino del cliente.

El rol público del ciudadano se entrecruza con el rol privado del cliente de las burocracias del Estado del bienestar; la democracia de masas del estado del bienestar ha producido la categoría paradójica del hombre privado socialmente al que calificamos como cliente y que se fusiona con el rol del ciudadano hasta el punto de que se universaliza socialmente (Carlomagno, 2016: 47)

A pesar de que el rol del ciudadano sea determinante dentro de las campañas políticas a partir de la aseveración de que éste es el que decide quién lo representará, su participación en las elecciones y con ello el proceso electoral en sí mismo, no definen el funcionamiento de la política más que en lo que se refiere al partido que estará dentro del poder por algunos años sin la garantía de que sus promesas y por lo tanto sus demandas, vayan a ser cumplidas.

Las campañas políticas son un juego de apariencias previamente construidas que pueden o no estar relacionadas con la forma de gobernar a futuro de quienes resulten ganadores, el uso de las estrategias elaboradas por la mercadotecnia política con fines comerciales y políticos puede resultar ineficaz en tanto no se tenga en mente las demandas sociales, las necesidades de los ciudadanos y la perspectiva de la comunicación política como generadora de vínculos entre los gobernantes y los gobernados, por otra parte es posible que éstas nuevas técnicas sean el método ideal para conseguir una imagen positiva de los sistemas democráticos y su funcionamiento en tanto que no se acota solo a lo electoral sino a los múltiples procesos de comunicación que tiene dentro de sí la política.

El resultado de las campañas y su éxito es proporcional a la calidad de los canales comunicativos enraizados en la sociedad, sin el buen ejercicio de la comunicación política, la presentación del producto político puede fracasar a través de la imagen vacía, los discursos sin sentido y datos inservibles que no tienen concordancia con el discurso real social, a partir de ello, una campaña sin el conocimiento previo de los modelos de comunicación política que tienen como fin la mediación y propagación de los mensajes mediante diferentes redes y técnicas resultará en la posibilidad de un gobierno con una campaña permanente incapaz de generar resultados fructíferos y basada en las

promesas incumplibles de la campaña o en la implantación de un candidato que no es más que el producto de una construcción hecha a modo y que a pesar de tener una plataforma ideológica y un plan de gestión, no terminan de hacerse reales,

Lo anterior permite comprender que la planeación del ejercicio político desde el momento de la campaña no es tarea de políticos sino de un entramado comunicacional que comprende que las características de la contienda no son las mismas que se necesitan para gobernar y que la elaboración de la estrategia mercadológica no debe reducirse al momento electoral, sino que debe tener un rango de impacto a largo plazo. La introducción de estas técnicas lo que hace es denostar la caducidad del modelo político tradicional respecto a las formas de hacer política en otros sistemas democráticos.

Comunicación y campañas: el inicio de la representación

La representación política no inicia con el ejercicio del gobierno. El “sentirse representado” comienza en el escenario que antecede a las elecciones y al ejercicio del poder político durante su presentación dentro del espacio público, en ese sentido, las campañas son el primer peldaño dentro del ejercicio óptimo del modelo democrático de la representación política y con ello el entramado de estrategias que la componen, en especial la imagen y el discurso.

La generación de figuras confiables y con credibilidad fue uno de los incentivos más importantes dentro de la creación de campañas políticas. La representación tanto física como simbólica impacta dentro del imaginario social a partir de las promesas que tienen que ver con su realidad inmediata, en ese sentido, la promesa del cambio social y económico se va a convertir en la expectativa de la ciudadanía y en la meta a obtener por parte de los candidatos.

Debido al cambio en el escenario político que se desarrollaba en México, la constante de los candidatos por ocuparse de las necesidades económicas terminó por redefinir la competencia político-electoral y las formas en las que ésta se llevaría a cabo concluyendo en la utilización de nuevos métodos insertos en la mercadotecnia política que, mediante la elaboración de una estrategia de comunicación política, posicionaba a los candidatos y los diseñaba para la contienda con el objetivo de al final, tratar de satisfacer las exigencias prioritarias y responder a demandas precisas asegurando el consenso entre gobernantes y gobernados a partir de la consideración de los intereses particulares de cada uno.

Respecto a los actores implicados en la representación tradicional, cabe decir que por su parte, los partidos han perdido capacidad representativa en lo que concierne a la gestión y planeación de las campañas, el poder político ya no se da por sí mismo sino que requiere de agentes externos que lo dirijan hacia el triunfo en las urnas, la comunicación política y el ejercicio de los medios han ido supliendo el poder político gracias a las capacidades de representación que tienen, su acercamiento con la sociedad, la proximidad que tienen con el poder político y la falta de normatividad en su actuar, los hacen agentes idóneos en donde la ciudadanía puede depositar su confianza.

En este sentido, es la comunicación y el ejercicio de los medios aquel que se ha encargado de hacer comprensible el complejo lenguaje de la política para el grueso de la sociedad y con ello se han ganado el lugar de interpretantes y mediadores legítimos entre el poder político y la sociedad, de ahí deviene el interés que los personajes políticos tienen por cooptar a la prensa; el control de quienes manejan la información y en cierto modo la manipulan a interés privado es uno de los restos de la

política contemporánea ya que mediante la manipulación mediática, la opinión pública favorecerá a quien pueda pagar por ella.

En México, la prensa y el poder han mantenido una relación estrecha llegando a la implantación de “fuentes oficiales” de los poderes, dicha cercanía se traduce en la manipulación y compra de los espacios con el fin de informar lo que el poder quiera y con ello mantener la estabilidad de la opinión favorable y positiva de los ciudadanos. Hablar de política es hablar de lo que los medios han dado a entender como la política, estos se han encargado de fijar los temas públicos, la importancia de los mensajes y la responsabilidad de las figuras públicas mediante lo que se conoce como “la política del espectáculo”.

La injerencia de los medios de comunicación y de las estrategias de comunicación política se ha convertido en una de las herramientas de los candidatos incluso antes del inicio de las campañas políticas acercando al elector a las propuestas electorales venideras a través de la exposición temprana en el espacio mediático, los medios de comunicación se han convertido en un agente de representación en tanto que su línea editorial y las formas en las que realizan las coberturas de lo político generan en la ciudadanía cierto efecto acorde a su ideología: los medios son el agente representante, los políticos y sus partidos se encuentran subordinados a la visibilidad que los medios les proporcionan.

Por su parte, la relación que existe entre la realización de las campañas y la representación es implícita en tanto que estas, a partir de los segmentos de mercado que definen los mercadólogos políticos generan propuestas y promesas de políticas de gobiernos que tiene como objetivo satisfacer las necesidades sociales más próximas. Parte de la perversión que tiene la campaña política no es sólo la consideración del electorado como clientes que compran propuestas, sino que también está dentro de ella el lucro y la utilización del malestar social como táctica para hacerse de adeptos de una forma más sencilla. De ahí deviene también que las propuestas de campaña de uno y otro candidato sean similares, los estudios arrojan que, por ejemplo, en las zonas marginadas, el interés inmediato puede ser satisfecho con prácticas clientelares que incluyan incentivos al voto de forma monetaria.

La representación mediática es efectiva, su operatividad permite que los candidatos sepan qué es lo que aqueja a los electores y con ello las propuestas políticas se hacen más cercanas, aunado a ello, la participación constante que tienen los medios en el proceso electoral en materia es tal que a partir de ellos es posible conocer, a partir de materiales gráficos, debates y eslóganes las distintas opciones electorales a elegir. Los medios de comunicación y el interés de los consultores en los datos que expresa la opinión pública sobre el contenido al que es expuesto como video- espectador así como las redes que se entretajan entre los personajes políticos de salida y los que van a reemplazar no sólo se analizan a partir de lo visible, sino que los componentes simbólicos a los que apelan los medios son también factores dentro de la campaña que, de manera directa (mediante la imagen, los *spots* y la televisación de sus mítines) o de manera indirecta (a partir del apoyo que empresarios y medios dan a unos candidatos por sobre otros) ya están reflejando su posicionamiento y con ello buscan influir en las opiniones del electorado.

La representación política ya no sólo es tarea de los políticos, sino que se ha convertido en una actividad a dos pasos en donde lo que debe conseguirse es, en primer término, la aceptación del juicio que se emita en los medios para después dar paso a la representación de la candidatura por sí misma. Nuevamente, los políticos se encuentran subordinados al poder de los medios y es en ellos en donde

deben encontrar antes que, en la ciudadanía, un apoyo y ejercer una representación para que éstos, como mediadores, sean la base sobre la que se desarrollará la campaña.

Los flujos de información en donde se hace presente la utilidad de la comunicación política fuera de la campaña deben enraizarse en tanto que sea posible deslindar al candidato del espacio mediático y ubicarlo a partir de su relación con el mando, si bien, el uso de los medios no ha sido del todo regulado más que en materia de gastos, distribuciones de espacios y presencia de favoritismos, la libertad de expresión e información de la que gozan ha dado a los estudiosos de la comunicación política un campo explorable en tanto que es posible generar campañas que cumplan con las regulaciones pero que a su vez motiven el voto mediante el uso de elementos ajenos a la publicidad tradicional y más apegados a la publicidad electoral de la que se hablará más adelante.

2.2. Modelo de comunicación electoral en México: ¿cómo conseguir la representación?

El modelo de comunicación electoral bajo el que se elaboran las campañas electorales no sólo tiene dentro de sí la estrategia óptima para la realización de los discursos políticos, los *spots* televisivos y los eslóganes, características atribuibles a la comunicación, sino que si se parte de la premisa sistémica que afirma que la comunicación no sólo es transmisión sino selección (Carlomagno, 2016:81) entonces, el quehacer del comunicólogo tiene como meta, sintetizar los procesos sociales a través de su interpretación.

El modelo aproximado de la comunicación electoral puede verse a partir de dos perspectivas, una de elaboración y otra de consumo. En el primer caso, la campaña puede ser pensada basada en el modelo básico comunicativo que establece la existencia de un emisor, un mensaje y un receptor, sin embargo, la complejidad del mensaje del candidato no se reduce al discurso sino al candidato como producto que trae consigo a su vez, propuestas, imagen y partido en un solo mensaje, esto forma parte del modelo de consumo.

Un modelo como el lingüista de Jakobson, puede servir como base para la elaboración de una campaña en el sentido de que, este complejiza la forma en la que se transmite el mensaje añadiendo funciones y factores que permiten la inmersión del receptor dentro del proceso de comunicación mediante su capacidad de respuesta.

En ese sentido, las funciones que establece el modelo (emotiva, conativa, referencial, poética, fática y metalingüística) son relevantes en tanto que el mensaje electoral elaborado a partir de las funciones poéticas y emotivas se transmite bajo un código común que llega y genera una reacción en el receptor dentro de un mismo contexto, este mensaje dentro de la campaña se traduce en el entendimiento que tienen los políticos y sus creadores de campañas de la sociedad misma a partir del cual, van a crear en sintonía imagen y discurso del candidato.

Sin embargo, esta es sólo la visión sencilla de la elaboración de una campaña, existen otros modelos como el de usos y gratificaciones (en donde el elector decide qué es lo que lo atrae a cierto candidato a partir de sus intereses particulares), el modelo de Lasswell (que define al elector como un agente pasivo que recibe los mensajes del emisor y reacciona. Este modelo además de ser asimétrico se caracteriza por darle un fin y sentido al mensaje, es decir que necesariamente éste va a ser emitido con la expectativa de un efecto determinado) y el de Lazarsfeld (que sitúa al elector como consumidor activo de campañas y a los medios como aquellos que les hacen comprensible el contenido de su

realidad política) que anexan otros actores como mediadores en la recepción de la campaña o que por el contrario, fijan sólo dos partes dentro del proceso comunicativo.

La ventaja que tiene el modelo de Jakobson, es que se reduce a la elaboración de la campaña partiendo de la unificación de los diferentes emisores hacia un posible receptor con ideales ya homogeneizados, esto permite que la atención en las campañas no se reduzca a quien emite el mensaje sino de qué forma lo hace y bajo qué elementos en tanto que no se especifica la sola construcción narrativa del mensaje sino que forman parte de éste todos los elementos simbólicos dentro del ritual político.

A partir de lo anterior, la estrategia de comunicación electoral como proceso comunicativo con miras a generar identidad hacia el producto político e identificación hacia los ciudadanos debe tener en consideración para la realización de una campaña óptima los valores, tradiciones y cultura de la sociedad y de las múltiples divisiones que esta tiene, los espacios que considera importantes, las demandas más necesarias que puedan ser satisfechas a la brevedad, las necesidades de largo plazo, la información con la que cuentan y el acceso que tienen a ella, el interés que tienen en los asuntos políticos, la exposición que han tenido a las formas de hacer política de los contrincantes y la credibilidad y confianza que les genera el candidato postulado, todo esto sin perder de vista el valor diferencial que hace a una campaña, mejor que otra.

Las campañas políticas, sean electorales, institucionales o gubernamentales tienen el objetivo de atraer a los electores a las propuestas que se plantean, para ello es necesaria la utilización de un modelo de comunicación que permita plantear de manera objetiva las diferentes propuestas basadas en las percepciones individuales o grupales de los sectores, a partir de ello el objetivo principal que se establece la campaña es la de generar conexiones entre los candidatos y la comunidad a través de flujos de información sujetos a modificaciones según el interés que se tenga en las formas de comunicar de los electores.

La composición de la campaña y con ello del mensaje electoral así como las expectativas anteriormente descritas que van a llevar al candidato a posicionarse como representante, van a estar definidas por la presentación y diseño de una campaña eficaz que represente todo lo que la sociedad necesita para sentirse representada, en ese sentido, una campaña debe tener dentro de sí el diseño y ejecución de la imagen del candidato que coincida con la imagen ideal que los ciudadanos tienen de un líder, la forma y el contenido del mensaje electoral, el diseño de la imagen del partido al que pertenece el candidato que sea coherente y concordante con el candidato en sí mismo, las necesidades de todos los actores implicados en el proceso electoral: candidato, partido y sociedad, valores, personalidades y presencia así como conocimiento de las zonas en las que es posible conseguir adeptos.

La concordancia de las formas en las que se comunica la campaña a través del mensaje electoral es importante dado que de ello va a depender el éxito de esta, esto hace del proceso electoral uno de los momentos en los que se demuestra la importancia de la correcta ejecución de los conocimientos sobre el terreno en materia política y comunicacional. En ese sentido, la elaboración del mensaje electoral se convierte en el pilar de la campaña ya que a partir de éste y de su elaboración basada en la relación entre los ciudadanos y los candidatos y de los intereses de cada uno, la interpretación que los ciudadanos tengan de la construcción política será positiva y se verá reflejada en las urnas.

En conclusión la composición de la campaña tiene como fin la aceptación de los ciudadano en su calidad de electores (hablando de procesos electorales), a partir del uso simbólico y discursivo que componen las propuestas, el programa y su enunciación, el ciudadano va a adoptar posturas frente a lo que se le presenta en forma de flujos comunicativos, de ahí que a la hora de elaborar la estrategia se tenga en consideración el uso de leguajes y términos cercanos a la población así como su contexto inmediato a partir del cual, casi por obligación. se van a incluir dentro de la plataforma electoral temas sobre seguridad, empleo, educación, corrupción, economía doméstica y formas de gobernanza.

Estos temas han traído consigo la falta de responsabilidad de los políticos a la hora de hacer campañas e innovar en las mismas, haciendo de estas verdaderas expectativas que, al no ser cumplidas se convierten en retos para futuros gobiernos por un lado y el detonante de la desconfianza y la falta de credibilidad por otro. A partir de ello, la representación y la crisis en la que se encuentra actualmente surge como una forma de respuesta ante la ineficacia de una campaña mal planteada imposible de llevar a cabo durante la gestión. Las promesas hechas sólo por tener un antecedente histórico y ser parte de las necesidades constantes de la población, generan un verdadero campo de competencia en el que el mejor representante y aquel icono de la restauración democrática será el que consiga cumplir con el valor que tiene cada uno de los temas siempre presentes en campaña.

Campañas en México: el desinterés por lo social y la mediocracia

Comprendido el proceso a partir del cual se realizan y llevan a cabo las campañas a través de una aproximación a la forma en la que los mexicanos hacen política, cabe destacar que la crisis del sistema representativo se debe precisamente a la imposibilidad de los representantes de cumplir con sus promesas. La escasa cultura política y con ello la poca participación política, así como el desinterés en los asuntos políticos han hecho de las propuestas una constante programática que en cierto sentido ha roto con la pluralidad entre las diferentes fuerzas contendientes y con ello ha generado la percepción de que no existe diferencia alguna entre los personajes políticos que se presentan en el espacio mediático.

Asimismo, la transformación en las formas de hacer campañas en México basándose más en el impacto mediático, las percepciones medidas por encuestas y la creación de campañas de deslegitimación de los oponentes ha dejado de lado al electorado que inconforme, ha aumentado los niveles de abstencionismo a raíz de la falta de inclusión y consideración dentro de los procesos de deliberación, selección y designación de los representantes. En este sentido, la aparición de las campañas en los medios de comunicación más allá de ser una forma en la que el poder se acerca a la ciudadanía, lo que hace es convertir a los medios en los actores centrales que por sí mismos ya no son parte de la sociedad sino un poder con intereses propios, el poder mediático tiene preferencias electorales y a partir de ello va a comunicar.

El poder mediático se manifestó tanto en lo que toca a la primacía del dinero en las campañas políticas (la democracia del dinero, reflejada en los volúmenes de inversión publicitaria de los partidos políticos en sus campañas), como en los tiempos destinados a éstas, al grado de que sus espacios se saturaron de *spots* propagandísticos. La televisión se constituyó como la arena política principal erigiéndose en un espacio público especial desde la visión simbólica, que dio a la política nuevas lógicas narrativas, impregnadas del discurso de la mercadotecnia y que hicieron convivir la información y la propaganda junto con el entretenimiento. La democracia del audiovisual, la *telecracia*, la *videocracia*, la *mediocracia*, como se le quiera llamar, define esta era del audiovisual marcada por un fenómeno

creciente em la sociedad de masas: la preponderancia del discurso mediático y de la televisión en los procesos políticos (García, 2006: 17).

Las prácticas de las que se han servido los estrategias de comunicación son un modelo de reproducción histórico que obedece a procesos clientelares, inmediatos y a corto plazo, la reafirmación del voto, a partir de la intimidación, el uso de la costumbre como justificación ante la incertidumbre que provoca el cambio y la promoción de la figura política a partir de estrategias que no obedecen a la plataforma electoral sino que se basan en los aspectos carismáticos de éste, ha traído consigo un análisis necesario sobre la elaboración de campañas vacías fundamentadas en las viejas costumbres de hacer política. En ese sentido, la política se ha convertido en un tema de discusión entre los integrantes de los partidos, los líderes sociales, las instituciones de gobierno y los medios de comunicación dejando de lado a las masas en las que se basa el éxito del ejercicio gubernamental.

De la misma manera, los espacios en los que se llevan a cabo las campañas se han ido transformando añadiendo nuevas arenas a la competencia, como las redes sociodigitales que, por sí mismas se han situado como uno de los medios más eficaces para que los candidatos y los electores tengan un trato cercano e inmediato que, si bien no le resta importancia a momentos como los mítines políticos y la campaña sobre el terreno, si proporcionan un medio más en el que es posible hacer llegar las formas persuasivas y convincentes bajo las que pretenden se hagan legítimas sus propuestas en los comicios.

El desinterés que tienen los políticos se ve reflejado también en la apatía que tiene la sociedad en lo que refiere a la política, las estrategias propagandísticas mediante las que pretenden hacerse del poder son mal vistas en tanto que, hoy generan una competencia mediática carente de contenido real, cargada de lenguaje profesional y sin representar verdaderamente el interés nacional, en el caso de las campañas presidenciales. Los debates como una manera en la que es posible que, a partir de la discusión se debata la pertinencia de las propuestas, se ha convertido en un espectáculo mediático que mide impacto, *rating* y *hashtags* sin prestar atención a las quejas ciudadanos dentro de estos números.

El modelo electoral que sigue el proceso político en México fundamentado principalmente en las encuestas de opinión y en lo tangible, en la realización de campañas con temas recurrentes en cada momento electoral no deja paso a la innovación en el contenido más allá de la forma, a partir de ello, resulta pertinente encausar las investigaciones hacia los grupos opositores y minoritarios que pueden ser quienes, con el escaso apoyo monetario en calidad de partidos y con la baja influencia mediática que tiende a deslegitimar a quienes no le prometen el triunfo y con ello poder, tienen la posibilidad de sobreponer su plan de gestión.

Las campañas del PRI: confirmación del voto duro y clientelismo

Al ser el partido fundador de la democracia partidista de carácter representativo, el Partido de la Revolución Institucional inauguró la manera moderna de realizar campañas políticas mediante prácticas clientelares, verificación de votos duros y visitas domiciliarias para tener un control de las zonas en las que sería posible obtener más adeptos con o sin el incentivo de las propuestas de campaña. La estrategia que utilizo no sólo se basó en la cantidad de seguidores plasmados en la lista de afiliaciones al partido, sino que estuvo fundamentalmente realizada a partir de las relaciones de poder que el partido tenía con el poder Ejecutivo y los medios de comunicación. Como señalaría Héctor Tejera:

Las campañas del PRI son de particular interés debido a que muestran los contenidos más arraigados de la relación establecida entre gobierno y ciudadanos en nuestro país y, como pudo comprobarse, en ellas se recurrió a estrategias proselitistas que pueden catalogarse como tradicionales a la política mexicana (Tejera, 2003: 115).

A partir de lo anterior, es comprensible que las estrategias de forzada cercanía entre los candidatos y los electores más allá de estar orientadas a la búsqueda de nuevas afiliaciones pretendían encausar los votos hacia el partido y que estos fueran ejercidos sin ser diferenciales para obtener el poder de diferentes cargos alrededor de todo el país, estas acciones trajeron consigo el triunfo inmanente del partido, la extensión y perduración de su poder, así como un régimen sin pluralidad que no dejaba otra opción a los electores más que votar por sus candidatos.

Estas formas de hacer campañas innovaron los procesos en los que se aseguraron los votos efectivos para el partido, basándose en el impacto de la imagen y el discurso, capaces de orillar a los electores indecisos a votar por el partido sin estar del todo convencidos de la legitimidad de sus acciones o de la certeza de sus promesas. Los procesos de cooptación, por ejemplo, a partir de los cuales se realizaban las campañas tenían dentro de sí el poder simbólico y moral de hacer que la representación y la pertenencia a la sociedad, así como la aceptación de los individuos se viera definida por el apoyo al partido en las votaciones.

Las campañas y la política desarrolladas en los años del dominio del PRI se pueden definir a través del intercambio político, de esta manera, la transformación de los electores en clientes demandantes y de la política en un mercado de oportunidades canjeables por los votos trajo consigo vínculos de poder entre los candidatos y el gobierno, entre el partido y el gobierno y entre gobernantes en turno y ex mandatarios para conseguir cumplir en mayor medida las demandas sociales más recurrentes y con ello no perder al cliente y conservar o restaurar en menor medida el prestigio del que se desprendían con el fin de cada mandato.

Sin embargo, la construcción de las campañas va más allá de los intereses particulares del partido y del gobierno por hacerse del poder más tiempo. Hay un compromiso histórico implícito de los ciudadanos para con el partido, una relación que obedece a la tradición y a un lazo histórico establecido entre descendencias. La escasa cultura política y la influencia del partido en su formación a lo largo de la vida democrática y política del país tienen que ver con el incuestionable mandato de este partido por tantos años. Los mexicanos estaban subordinados a las prácticas autoritarias ejercidas por el partido, la política de la costumbre y el conformismo se apoderó del país hasta que el fraude y la nula representación social fueron evidentes.

Al ser de los únicos partidos en la contienda y de poseer un plan programático hecho mediante las percepciones de los ciudadanos, la competencia no era suficiente: el PRI conocía al electorado y tenía el control de sus acciones a través de altos costos capaces de comprar la identidad. Las puestas en escena durante y después de las campañas, a pesar de ser meras construcciones discursivas, se hicieron reales gracias a la apropiación exitosa del partido de las prácticas y sentidos culturales de la sociedad, transformando y objetivando el imaginario social para generar campañas efectivas y gobiernos débiles en acciones concretas, en este sentido.

Cabe destacar que uno de los errores más recurrentes en el ejercicio de la política contemporánea en México reside en la falta de atención que ponen a los cambios sociohistóricos que sufren los individuos con el paso del tiempo, la poca innovación de los partidos políticos en las formas de hacer política se ha convertido en el “talón de Aquiles” de la política mexicana por lo que el discurso es cada vez menos creíble, a su vez, los cambios que se hicieron de golpe fracturaron la escasa legitimidad que para los noventa tenía el partido; con acciones como la masacre del 68 que enalteció los valores conservadores del gobierno y con ello del partido, el “halconazo” que no fue sino la reafirmación del poder coercitivo que era capaz de desplegar el gobierno y la entrada de la élite económica al poder, completamente distanciada de la realidad mexicana, el PRI dejó de ser el partido del pueblo convirtiéndose en un aparato económico fundamentado en el crecimiento económico y no en el desarrollo social.

Los movimientos sociales, las nuevas necesidades, el devenir histórico de los individuos trajeron consigo el juicio de que los partidos políticos con sus estrategias frívolas de mercadotecnia ya no eran el canal viable para dar resolución a las necesidades, ante este escenario los políticos con mayor sensibilidad se presentaron como la única opción para ejercer como representantes fieles al bien común, recurso ya gastado por las campañas del PRI.

La primera ola democrática del país se avecinaba con el riesgo de generar aún más fracturas y con el antecedente de un modelo de hacer política basada en la compra de votos, la amenaza hacia los electores y el engaño sobre las acciones futuras, además del evidente uso de prácticas clientelares que tenían como objetivo persuadir al electorado para cambiar sus afecciones partidistas e ideológicas.

Las campañas del Partido Acción Nacional: proximidad con los electores y relaciones políticas exclusivas

El PAN es uno de los partidos más antiguos en la historia del país, con sólo diez años menos que el Partido Nacional Revolucionario, se posicionó como una de las fuerzas ideológicas opositoras al partido único caracterizándose por ser una organización fundamentada en la conservación de los valores tradicionales de la sociedad y con base en ello, sustentar el contenido de sus campañas. Parte de la estrategia política del Partido Acción Nacional no estaba enfocada a obtener el triunfo en las elecciones, sino que buscaban ampliar el padrón, conseguir simpatizantes y el apoyo de ciertos sectores de la comunidad que terminaron por brindarle identidad al partido.

La eficacia de las campañas no sólo estaba fundamentada en el seguimiento histórico de sus militantes y simpatizantes sino en la presencia social que tenía en el espacio político, en ese sentido, el PAN se situó en un nivel distinto de otros partidos (motivo por el que se convirtió en la segunda fuerza política en el país) en cuanto a la formación de cultura e identidad gracias a las relaciones políticas que tenía con otros poderes como el mediático que facilitaba su presencia en los medios de comunicación.

La diferencia que existe entre las formas de hacer política del PAN respecto a otros partidos reside en que, además de centrarse en los valores tradicionales de la sociedad, no fundamenta sus relaciones políticas en prácticas clientelares que demanden el pago por afiliación o que genere una identidad sujeta a los incentivos que brinde hacia los electores. Como uno de los partidos que han sido considerados como de “clase alta”, la plataforma electoral que promueven durante la campaña está

realizada a partir de las convicciones de los líderes del partido junto con los intereses y expectativas del reducido y segmentado grupo social que simpatiza con ellos.

La segmentación de la población que llevaba a cabo Acción Nacional a la hora de realizar las campañas le impidió llegar al grueso de las comunidades que pudieran concordar con sus propuestas, por ello, estrategias como las visitas domiciliarias e incluso los mítines políticos carecieron de contenido y audiencia en tanto que el PAN no ha sido un partido social, sino que, a diferencia del PRI, sus prácticas de carácter clientelar y proselitista no se desplegaban hacia las zonas rurales, más que por medio de propaganda y visitas ocasionales que, de manera forzada pretendían dar la impresión de que, las propuestas y las acciones iban de la mano y que tenían la intención de establecer una relación cercana con los electores.

El interés entre el partido y los electores fue mínimo en tanto que la presentación de propuestas dentro del plan electoral, así como las iniciativas fueron discutidas con los mismos simpatizantes del partido mientras que, por otra parte, los electores expresaban un desinterés ocasional y un apego parcial acorde a los incentivos electorales que les fueran dados.

De esta manera, tanto la deslegitimación del discurso real de las campañas compuesto por todas las propuestas de los candidatos del partido a partir de la mercantilización de las demandas y la escasa identidad partidista de los electores mexicanos (guiados por el conformismo y la certidumbre brindada por el partido del gobierno) fueron detonantes clave para que Acción Nacional cambiara su estrategia y se situara en un campo neutro dentro de la competencia electoral, sirviendo como estrategia para perpetuar el poder del PRI estableciendo una aparente pluralidad de fuerzas políticas y cediendo electores a cambio de cargos y favores particulares.

Anterior al periodo de alternancia que se ha establecido en la historia y del que se ha hablado con anterioridad como el inicio de la democracia en México, las campañas realizadas por este partido estaban sujetas a la competencia limitada a la que tenía apertura el partido del gobierno, sin embargo, después del fraude electoral evidente y de la inconformidad de los electores, el rumbo de sus campañas se vio transformado poniendo énfasis en la preparación académica, política y económica de los candidatos y situando la estrategia en la promesa del cambio.

En ese sentido, la campaña realizada por Vicente Fox, promesa de la transformación, trajo consigo una ruptura ideológica y social provocando un cambio en el espectro ideológico para la ola democrática del país; la sombra del partido del gobierno en las decisiones gubernamentales, la escasa presencia de Fox en el poder, el ascenso de la importancia de otros partidos en la vida política como el Partido de la Revolución Democrática y la posibilidad de estos de conseguir los cargos definió la manera en la que se realizarían las campañas a partir de la existencia de fuerzas con competencia real.

Sin embargo, a pesar de los obstáculos que enfrentó el candidato de Acción Nacional, las campañas de este partido se verían fuertemente influenciadas por la manera en la que habían conseguido el poder. con estrategias basadas totalmente en la mercadotecnia electoral y relaciones de poder dentro de los diferentes poderes fundamentadas además de las prácticas clientelares en alianzas prometidas para cargos futuros a cambio del apoyo.

La manera en la que se han hecho las campañas por parte de estos dos partidos ha tenido como fin último conseguir adeptos para hacerse cargos en el poder, por otra parte, partidos políticos nacidos

de los movimientos sociales y las inconformidades como el Partido de la Revolución Democrática no se vio guiado por la influencia de la importancia que los medios de comunicación daban a la imagen política sino que sus propuestas, con líderes preocupados por el bienestar social con propuestas fundamentadas en el conocimiento directo de las zonas distritales y las necesidades reales de la sociedad.

Capítulo tercero

La democracia representativa y su crisis en México a través de las campañas de los representantes electos en 2006 y 2012

1. . Después de Fox. Alternancia fallida y segundo sexenio panista

El inicio de la transición democrática atribuida a las elecciones del 2000 no implicaba la inauguración de la democracia en México ya que, para entonces, muchos de los partidos que se configuraban en el espacio político habían tenido presencia en comicios locales dando un total de por lo menos 184 municipios gobernados por partidos diferentes al que estaba en el Ejecutivo. El siglo de la democratización permitió que Fox subiera al estrado sin otro problema que tener minoría en los poderes legislativos, posible obstáculo a futuro.

Antes de resultar ganador, Fox se había convertido en la imagen del cambio en tanto que era la fuerza más poderosa junto con el deslegitimado PRI; portavoz del *neopanismo* y con la visión de anteponer la mercadotecnia política y las grandes campañas que atraían votos, su gobierno fue más bien el resultado de una ciudadanía cansada del monopartidismo y la promesa de la modernización y democratización que se preocupó en el uso de la prensa y la oratoria en lugar de acciones, la intención claramente era dar la imagen de un poder no acartonado, aparentemente cercano a la sociedad a través de los medios.

Fruto del nacimiento de un nuevo perfil del elector para el nuevo siglo, la llamada alternancia marcaba un tendencia hacia lo que se denominó “voto útil” o “voto inteligente” y que consistía en la alusión a la racionalidad de los ciudadanos sobre el rumbo de la vida política del país y la posibilidad de ser protagonistas en el ascenso de nuevas tendencias políticas que permitían la apertura del sistema partidista y con ello competencias electorales más interesantes en tanto propuestas y espectáculos mediáticos.

A pesar de que para el 2000 la competencia se trazó bipartidista en tanto que PRI y PAN fueron los partidos con mayor competencia, se mostró a un PRD cercano y definido como tercera fuerza política. Esto daba paso a la legitimación del sistema electoral que cumplía la demanda de un gobierno dividido e imparcial capaz de admitir fuerzas contrarias y competencia política.

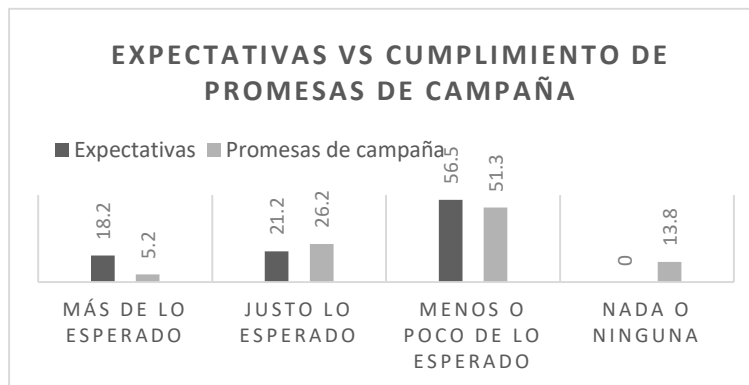
El espacio secundario que se le otorgó al PRD fue subestimado en lugares como el Distrito Federal en donde ganó fuerza y con ello popularidad de la mano de Andrés Manuel López Obrador, quien para entonces se había convertido en un personaje importante en la vida democrática del país y que, más tarde sería motivo de preocupación por parte de Fox en cara a las elecciones que lo sucederían.

En ese sentido además de los retos que implicaba deshacerse de una oposición que se había vuelto molesta a partir de la segunda mitad de su sexenio, para el gobierno de la alternancia resultaba complicado hacer valer los principios democráticos que permitieran que un partido distinto a Acción Nacional quedara a la cabeza del Ejecutivo, de ahí que la fragmentación tanto dentro del PAN y del espacio político en sí mismo, junto con el desalineamiento de los electores a partir de la incursión de Fox en el proceso electoral venidero, se tradujera en el inicio de una nueva crisis de representación que deslegitimaba la aparente democracia obtenida, aunada a la oleada de violencia con la que concluyó su sexenio y que marcó la evaluación final del ejercicio de gobierno de Fox.

Si bien, el periodo de 2000 a 2006 prometía cumplir con los retos de gobernabilidad, fomento a la cultura cívica y empoderamiento de las instituciones, el ataque entre el jefe de Gobierno del Distrito Federal y el Presidente así como los intentos de este último de igualar la estrategia de transparencia de Obrador en cuando a transparencia de acciones hacia los medios, terminaron por desencantar sobre

lo que parecía ser el inicio de la democracia concluyendo en un gobierno mediático y en campaña permanente que no terminó de cimentarse a través de los medios de comunicación, lejanos de las formas tradicionales de hacer política que tiempo después recuperaría Calderón y que serían motivo de disputa entre Fox y el futuro candidato y sucesor.

Las decisiones de Fox rompieron la posibilidad de tener un sistema democrático en México, alejando al país del verdadero cambio y de la noción de los principios democráticos con los que había dado inicio el gobierno de la alternancia, de una preferencia electoral de 30% para el 2000 redujo a 28% para las elecciones de 2006, esto fruto de su comportamiento en el poder y las formas de hacer política que no cumplieron con las expectativas de solidificar la confianza ciudadana que había emergido seis años antes con su elección y por el contrario se volvió al conformismo y desencanto político que dejó en entredicho al sistema político y fragmentó las ideologías políticas, mismas que serían pieza clave en la definición del rumbo del país. (Sirvent, C. 2006: 74)



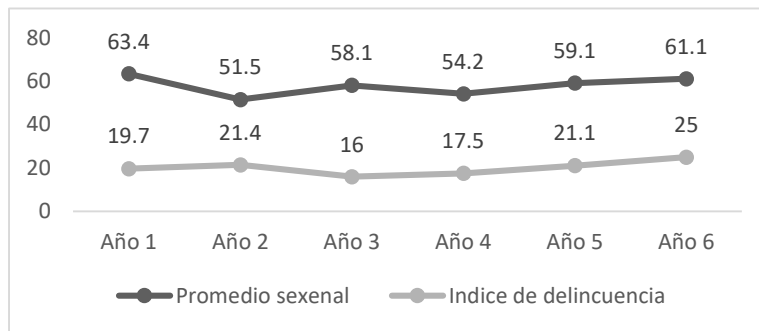
1Fuente: elaboración propia con dato de Mitofsky en Evaluación Final de Gobierno: Vicente Fox Quesada.

Cómo es visible, la evaluación de Fox en tanto cumplimiento de promesas de campaña y expectativas de los electores fue cercano, inclinándose hacia un punto en el que los electores que fueron evaluados tuvieron expectativas bajas y fueron pocas las promesas de campaña que el presidente cumplió. Ello trae consigo también como consecuencia un esfuerzo doble por parte de Calderón para deslindarse del gobierno panista anterior y tratar de promover una imagen distinta de la que se había formado la ciudadanía con Fox. La inseguridad en grandes cifras podría explicar la inesperada vuelta que dio el programa de gobierno de Calderón en cuanto al combate a la inseguridad y al narcotráfico.

Las elecciones de 2006 estuvieron caracterizadas por un periodo de tensiones provocadas por Vicente Fox, su decisión de interferir en el proceso electoral mostrando públicamente su preferencia por Santiago Creel así como la interferencia en la postulación de López Obrador mediante el desafuero, la persecución y acusación pública, marcaron el proceso junto con el nulo apoyo que tenía en un principio hacia Calderón y que después, se vio obligado a apoyar una vez que éste ganó el proceso de designación interna del partido. La legitimidad de Acción Nacional como baluarte de la democracia mexicana se había terminado.

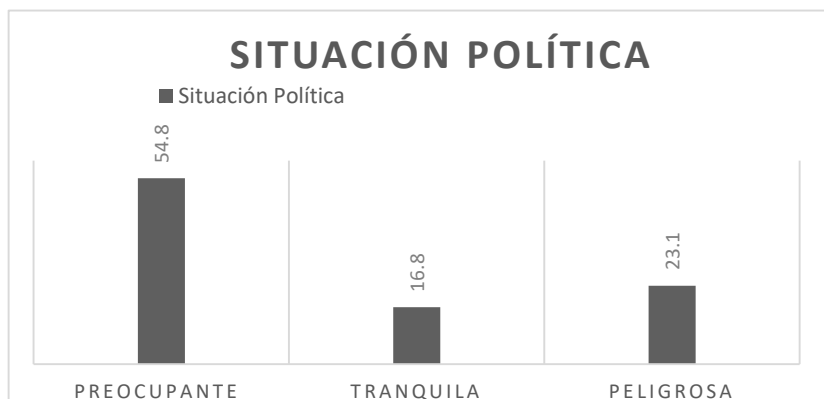
Los números que caracterizaron la salida de Fox fueron negativos en cuanto a su desempeño, con una disminución notable desde el inicio de su gobierno, según *Mitofsky* a través del análisis de salida, Fox

tuvo un promedio de 57.9% en promedio de evaluación frente a 63.4% que tuvo en su primer año de gobierno. La disminución puede deberse a que la inseguridad y la delincuencia incrementaron hacia finales del sexenio con 25% en comparación con 19.7% que presentó en el primer año de gobierno.



2Fuente: Comparación de índice de delincuencia vs evaluación sexenal. Elaboración propia con datos de Mitofsky en Evaluación Final de

Las evaluaciones proporcionadas por esta casa encuestadora muestran la devaluación del gobierno y el final de lo que pudo haber significado un cambio de rumbo en la política, la misma evaluación proporciona datos negativos sobre la situación política en donde lo encuestados la clasifican como preocupante (54.8%) pero con miras a mejorar en los próximos meses (37.7), la encuesta data de noviembre de 2006, un mes antes de la toma conflictiva de cargo de Calderón y el periodo de resistencia civil de López Obrador.



3Fuente: Elaboración propia con datos de Mitofsky en Evaluación Final de Gobierno: Vicente Fox Quesada.

Con un final de sexenio convulso caracterizado por la batalla política por el protagonismo en los medios, el destape de Calderón de manera involuntaria orilló a este a renunciar al cargo que tenía en el entonces gabinete de Fox y comenzar la campaña interna dentro de Acción Nacional. La ilegitimidad que de ello resultó se tradujo en la desconsideración de Creel como un posible candidato y una redefinición en el eje bajo el que se realizaría la campaña del PAN, en el sentido de que se retomarían los valores tradicionales y se dejaría de lado el *modus operandi* de Fox.

Elección de Calderón como candidato del PAN: la vista hacia el nuevo proyecto

La elección de Calderón fue inesperada para el conjunto de panistas que apoyaban a Fox y su elección de poner a Santiago Creel como sucesor. El “destape” realizado por Francisco Ramírez Acuña bajo el argumento de la viabilidad y pertinencia de su participación en las elecciones de 2006, puso en entredicho la imparcialidad de Fox sobre las decisiones del partido y la falta de credibilidad del proceso electoral interno en cuanto a resultados y conflictos que tuvo el candidato en las elecciones de partido para su postulación, misma en la que Creel contó con la publicidad y apoyo del poder Ejecutivo y Calderón con los medios necesarios para convencer a los militantes del partido.

Derivado del conflicto que trajo consigo la candidatura de Calderón para la presidencia, éste tuvo que presentar su renuncia en la Secretaría de Energía, último cargo que desempeñó, para dar paso al inicio de su campaña interina en el PAN. La estrategia de Felipe Calderón fue por mucho más eficaz y pensada que la de Santiago Creel y ello puede derivar del perfil político que para 2006 tenía, con amplia experiencia dentro de la militancia, público objetivo en las elecciones internas.

En ese sentido, la campaña interna del PAN tuvo como distintivo la existencia de dos estrategias completamente diferentes, por un lado, Creel optó por dirigirse a la sociedad a través del uso de los medios de comunicación y lo que parecía ser una precampaña, si bien a pesar de que el contexto y la disputa entre el presidente y el jefe de gobierno era parte del espectáculo mediático, esto no abonó puntos a la campaña de Creel pero sí a la de Calderón, quien aprovechó la coyuntura para hacerse ver por sus semejantes en el partido como alguien deslindado de la fragmentación ideológica del PAN.

La campaña realizada por Calderón en la elección interna fue bien ejecutada, sin embargo, esto después le costaría poner un mayor esfuerzo en posicionarse frente al público general y conseguir que la opinión lo identificara bajo algún rasgo distintivo del que carecía por su escasa participación como actor político reconocido a nivel nacional. El ámbito en el que él se encontraba estaba muy dentro de la estructura del partido, de tal manera que era conocido como “el candidato de la casa”. Así, cuando comenzó su campaña para la presidencia, ya como el candidato elegido dentro del partido, una de las estrategias que tuvieron que definirse fue lograr que la sociedad lo reconociera.

Cabe destacar que, el perfil político de Felipe de Jesús Calderón Hinojosa se caracteriza por un acercamiento temprano a la vida política y administrativa gracias a las actividades constantes que su padre, Luis Calderón Vega tenía en Acción Nacional y que cerraron la actividad de Calderón al partido.

De esta manera, con educación proveniente de grandes universidades y criado bajo valores conservadores, bandera del partido en el que militó desde joven, Calderón representó el nuevo perfil de los candidatos y una transformación de lo que había sido Fox; se cambiaba la imagen del candidato sencillo, del pueblo, por una de un joven profesional en los asuntos administrativos y con carrera política pronta formada desde su juventud que tenía como desventaja haberse desarrollado muy dentro de la estructura partidista y con cargos secundarios o poco destacados que fueron notables hasta que se hizo presente como parte del gabinete de Fox.

A diferencia de la carrera de Fox que no creció de manera paulatina en el partido y en diferentes cargos, Calderón tuvo variadas posiciones dentro del partido como Secretario Nacional de Acción Juvenil. Secretario de Estudios y Secretario General, fue también presidente del Comité Ejecutivo Nacional de 1996 a 1999, tiempo en el que el partido logró tener diferentes gubernaturas como la de

Nuevo León, Querétaro y Aguascalientes, así como mayor presencia en el centro del país. Consiguió presencia en puestos de representación, fungiendo como diputado de representación proporcional y como representante ante el Consejo General del IFE, además de ser partícipe en la elaboración y negociación del TLCAN durante su estadía como secretario de la Comisión de Comercio en la Cámara de Diputados.

Esta larga carrera caracterizada por el seguimiento de los principios de Acción Nacional y por una fuerte influencia de los valores del partido en su vida personal, le dieron pauta a Calderón para competir por la representación del partido en las elecciones federales presidenciales pese a no tener la preferencia de Vicente Fox, quien ya había sido orillado a aceptar el curso de la vida política gracias a la pérdida de confianza que su gobierno había tenido, misma que terminó por evaluarlo si bien, con un número superior al 50%, inferior a lo esperado del primer gobierno democrático en México.

Calderón comenzó su proceso de campaña interna haciendo alusión a lo que se había perdido de Acción Nacional y con la reducción latente del “bono democrático” del que Fox ya había consumido la mayor parte. Con la campaña de “hacer las cosas diferentes”, el desacuerdo que tuvo con Fox fue clave para deslindarse de los errores cometidos y prometer un posible cambio que liberara al espacio político de la tensión que se había generado con el candidato del PRD tras las intenciones de Fox de descalificarlo en el proceso y con ello permitir la apertura de la competencia para el partido.

Calderón se posicionó como el defensor de la institucionalidad frente a los excesos de influencia del presidente en el proceso electoral, ello permite que dentro de las filas del PAN se le evalúe como baluarte de identidad del partido, criterio que se encontraba a discusión por la división entre dos sectores que se contraponían dentro del partido y el conflicto con los actores externos. (Bizberg, I, 2010: 432) que condujeron a una competencia cada vez más reñida entre Calderón, López Obrador y los vestigios de la presencia de Fox en la contienda.

Lo que fue el periodo de precampaña y campaña se convirtió en un espectáculo que acaparó la atención de los medios de comunicación, en ese sentido, la disputa electoral de 2006 apareció con excesiva anticipación que venía desde mitad del sexenio de Fox. La contienda fue representada simbólicamente como una especie de guerra sin cuartel con personajes que no eran del todo parte de la contienda electoral.

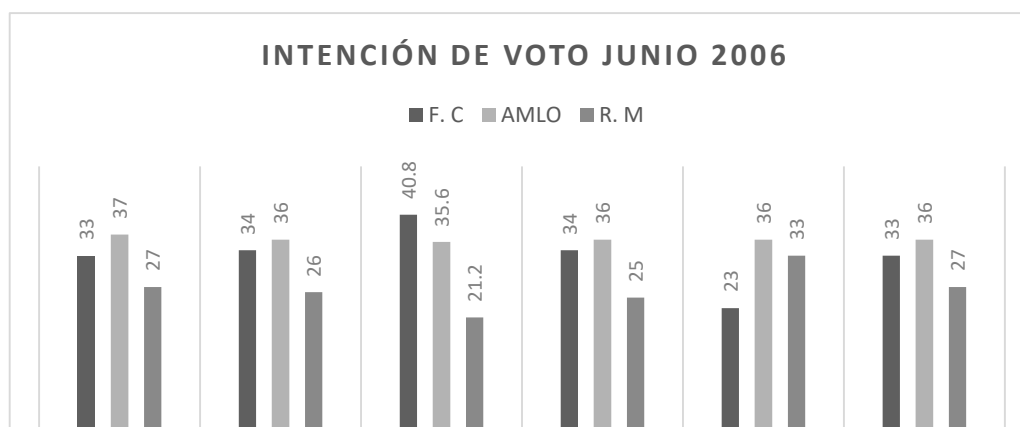
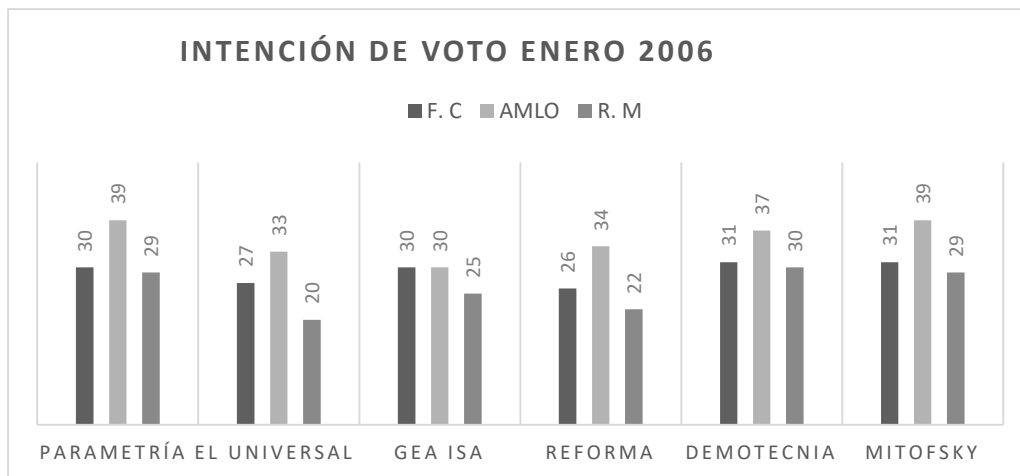
La exaltación, así como la manipulación de las emociones se antepuso a cualquier apelación racional en el libre mercado de opiniones y en la realización misma de la campaña dejando de lado las necesidades de la sociedad y los principios democráticos e iniciando una guerra de propaganda, contrapropaganda y propaganda negra que terminó de corromper el sistema de partidos que ya se encontraba en situaciones de baja credibilidad y asociación con actos de corrupción y fragmentación. La carrera presidencial ocupó prolongadamente el centro de la agenda pública y a la vez pudo ser puesta en escena como espectáculo en las narrativas de difusión mediática (Serret y Garfias, 2006: 92).

El modelo de desprestigio y ataque fue recurrente desde los inicios de la campaña mediante filtración de información y el uso de los medios de comunicación como canal para los adversarios, la figura del “escándalo político” no sólo fue clave para los *spots* que se hicieron en la segunda campaña y que radicalizaba las posturas de cada uno de los candidatos sino que fueron armas que en su momento

Calderón y el candidato del PRI, Madrazo, usaron contra el adversario común que se posicionaba como puntero.

Si bien, como se verá más adelante, la estrategia política de Felipe Calderón en un inicio se percibía blanda, la segunda etapa de ésta estuvo cargada de ataques contra el candidato del PRD. Este curso de la campaña modificó la intención del voto de los ciudadanos motivando el voto diferenciado, útil y racional que concluyó en reforzar la preferencia electoral hacia la coalición que se encontraba en el puntero.

Las siguientes gráficas muestran la evolución de las preferencias de voto desde el inicio de la campaña hasta el final¹⁵, es perceptible la competencia cerrada que existe entre los candidatos de Acción Nacional y del PRD y la poca variación que hay entre la intención de voto del uno y el otro a excepción de los números proporcionados por *Demotecnia* que muestran un repunte en la intención hacia el PAN para la última encuesta previa a las elecciones.



4Fuente: elaboración propia con información de INE, histórico de procesos electorales. Intención de voto 2005-2006

¹⁵ Las encuestas seleccionadas son aquellas que hicieron seguimiento desde el inicio hasta el final de la campaña.

La intención de voto no refleja del todo los posibles resultados de las elecciones, pero permite esbozar el perfil del elector que se configuró para las elecciones de 2006. Claramente y a pesar de la promoción que se hizo de su imagen. Calderón no logró llegar al puntero en más de una encuesta que le dio seguimiento al proceso electoral, sin embargo, en lo que refiere al voto diferenciado que potenció las elecciones de último momento es observable que tanto Calderón como Obrador tuvieron un incremento de electores al final de la jornada, caracterizado por ser simpatizantes ajenos a los principios de la coalición por la que votaron, esto se traduce en un total de 4, 283, 901 votos equivalente a 8.5% de electores que definieron su preferencia durante la campaña. (Fernández, G. 2006: 148) y que fueron decisivos en las definiciones de los ejes estratégicos a los largo del proceso hasta el final.

La candidatura de Calderón estuvo además de fragmentada, marcada por la oposición que había radicalizado sus actitudes una vez que el gobierno saliente provocaba contantemente los ataques. Las campañas de 2006 se caracterizaron por ser un batalla en la que en común acuerdo, PAN y PRI atacaron al oponente más fuerte y con ello, no sólo se rompía la imagen inicial de Calderón en lo que concierne a ser *el hijo desobediente* como el mismo se llamó a raíz de la lucha que tuvo para deslindarse de los lazos del PRI, sino la imagen del partido que terminó por ser un aliado más en la lucha por combatir la competencia democrática del proceso electoral federal. En ese sentido, lo que empezó como una campaña prometedora del cambio, culminó en un proyecto indefinido que dejó de lado la propuesta programática de la campaña para dedicarse de lleno al ataque mediático.

Análisis de la campaña de Calderón: propuestas, realidad y acción electoral

Hacia la creación del candidato: imagen

Dentro de la planeación y elaboración de la imagen de los candidatos a contender por un cargo público, los aspectos a considerar para su promoción y evaluación son tres: trayectoria, desempeño y perfil, como resultado de una modelización cognitiva simbólica a partir del cual se atiende a estímulos que movilizan el discurso que promueve la identidad y su valoración con base en símbolos que a su vez pueden resultar representativos para quienes evalúan la pertinencia de las candidaturas contendientes (Garfías y Peña, 2006: 115).

La imagen de Felipe Calderón se fue perfilando a lo largo de su destape como posible candidato presidencial por el Partido Acción Nacional. Como se ha mencionado con anterioridad, se le trató como el candidato más joven de la contienda, característica clave para atraer al electorado joven, clave para esas elecciones. Siendo el menos conocido por sus funciones y méritos dentro del partido, el fin de la campaña en un inicio fue la de proyectar que se trataba de un hombre con experiencia, seriedad, capaz de dar batalla en la contienda y representar de manera digna y solemne, como su personalidad, al partido que por tantos años le había proveído de experiencia y valores (Garfías y Peña, 2006: 106).

De esta manera, el discurso que abanderó la imagen de Calderón buscó contrastar la alusión que el partido en sí mismo hacía del respeto que el personaje tenía hacia las instituciones y la tradicionalidad de esta con uno de los eslóganes que inauguraron su estrategia política “pasión por México” al margen de la legalidad y el respeto a las instituciones que conformaban al sistema político y que, tiempo después el mismo deslegitimaría.

En un principio y apareciendo como un desconocido parcial en el escenario político, se trató de establecer a Calderón como un ciudadano promedio que había tenido la fortuna de ser formado a partir de los principios de Acción Nacional. La alusión a la familia, a las tradiciones y al patriotismo fueron ejes en el primer momento de su campaña antes de que esta se convirtiera en una batalla de ataques mediáticos.

Como señalaría Camarena, la evaluación del candidato era de un personaje provincial que abusaba de frases populares y que a su vez se mostraba reflexivo, sereno y en ocasiones irritable con el fin de proyectarlo como el mexicano promedio, esta imagen se transformó acorde a las necesidades de la campaña y a los ataques que recibía, la constante siempre fue mostrar las capacidades y habilidades que tenía dentro de la administración, sustentadas con un crecimiento humilde y excelente educación (Camarena y Zepeda, 2007: 65).

Por mucho, Felipe Calderón se encontraba en desventaja de sus opositores, claro ejemplo es la popularidad de la que ya gozaba López Obrador mucho antes de que se contemplara como candidato definitivo dentro del proceso. Su ejercicio como jefe de gobierno lo respaldaba en materia de conocimiento por parte de la sociedad mientras que los cargos de Calderón lo respaldaban sólo dentro del partido al que representaba. Una vez que se determinó que el conocimiento del candidato de Acción Nacional estaba cerrado a los militantes, la imagen se rediseñó con el fin de persuadir al sector del electorado indeciso y con intención de voto oscilante, práctica común del PAN para conseguir adeptos.

El cambio en el rumbo de la campaña del PAN era necesario en tanto que las preferencias del voto no incrementaban para el candidato de Acción Nacional, el aprovechamiento de las brechas abiertas que no se le atribuían a Calderón y que explotaban los lados débiles de Obrador fueron el inicio de una nueva imagen de la campaña que sacó provecho de las acciones de Fox y de otros opositores que habían señalado en el candidato de la coalición Por el Bien de Todos tres ejes negativos: corrupción, ilegalidad y populismo, (Garfias y Serret, 2006:107) sobre ellos se cimentó la etapa fuerte de la imagen de Calderón y una intensificación en el discurso que hacía alusión a la protección del Estado comparándolo con la familia, contexto primario en la campaña de Calderón y que sería parte de la propaganda de Acción Nacional

Estrategia de campaña

La campaña del PAN se diseñó a partir de la polarización política, característica de marketing que tiene como fin inducir las preferencias electorales mediante ofertas contrastantes y diferenciadas que pretenden atraer a los electores que se encuentran en el centro del espectro de las preferencias políticas. En el caso de la estrategia implementada por Acción Nacional, este tipo de maniobra se mezcló con la segmentación de mercado con el fin de penetrar el mensaje en cada uno de los estratos sociales similares entre sí. (Garfias y Peña, 2006: 109)

A la hora de elaborar la campaña, fueron tres los ejes fundamentales sobre los que se puso atención para que de ahí derivara el nacimiento de una nueva identidad política que se emparejara con la imagen fresca que hicieron atributo de Calderón, quienes votaran por el PAN no estaban votando por Fox, estaban votando por una fuerza diferente y ganadora que iba contra los opositores y pretendía

mejorar la calidad de vida, se trataba de la nueva visión del PAN, con miras hacia el futuro pero conservando los valores y tradiciones del pasado.

Los tres ejes antes mencionados que guiaron la mayor parte de la campaña estaban relacionados con: 1) fortalecer el apoyo de la militancia panista por un lado y por otro obtener el apoyo de los electores indecisos que no militaban tampoco en el PRD, definiendo este como un segmento meta, 2) generar propuestas, difundirlas y a su vez hacer el escenario real brindando formas en las que estas propuestas se llevarían a cabo, ya no se trataba sólo de palabras sino de posibles acciones sobre el terreno, el discurso y la palabrería tomaban forma cuando se habló del cómo se llevarían a cabo las propuestas, elemento diferencial de los otros partidos, por último, el énfasis en los aspectos positivos de la imagen de Calderón sería reforzada continuamente para no perder credibilidad (Gutiérrez y Durán, 2006: *Reforma*).

Una práctica recurrente en la elaboración de campañas es la atracción de sufragios mediante la mercantilización de las necesidades de los estratos segmentados previamente, en ese sentido el uso del enfoque de la acción racional, incentivado por el PAN a partir del cual evaluaban el costo-beneficio dentro de la preferencia hacia ese partido por sobre otros, permitió que además de promocionar la imagen de Calderón se difundieran mensajes contrastantes sobre riesgos, amenazas, incertidumbre respecto a los otros candidatos y certeza sobre el futuro económico, familiar y político del país como parte de la plataforma electoral del candidato blanquiazul.

El llamado hacia el ejercicio del voto útil se había gastado con el gobierno de Fox por lo que este elemento tuvo que reformarse para poder persuadir a los electores de que en esta ocasión su voto valdría la pena. La división que enfrentaban los simpatizantes del PAN no estaba relacionada con la ineffectividad de la campaña de Calderón sino con los vestigios que Fox había dejado en la memoria colectiva, en ese sentido, los electores claramente evaluarían a Calderón bajo la lupa de lo que Fox quedó a deber, esto alejó cada vez más el objetivo de la campaña del candidato michoacano sobre conseguir el apoyo por medio de una evaluación contraria a lo que habían vivido.

Sin más recurso que una estrategia de mercadotecnia aparentemente viable y eficaz que no retomaba aspectos del anterior gobierno, Calderón dio rienda suelta a su campaña de ataque como una forma de demostrar la capacidad de respuesta sin dejar claro realmente después de la segunda mitad de la campaña, cuáles eran los puntos que proponía para el país. Mucho de lo que se critica de este cambio en la realización de su estrategia y la reestructuración, es que rompió con los valores que le habían cimentado en un principio y terminó por homologarse con los ataques que Vicente Fox desplegaba y a los que Obrador respondía hacia Calderón.

A pesar de hacer el intento de deslindarse del gobierno que le antecedió, Calderón se vio en la necesidad de reformular la estrategia que había diseñado, no sólo por el bajo impacto que había producido hasta entonces sino porque López Obrador se posicionaba muy por encima del a intención de voto que había para el candidato del PAN.

Calderón tuvo que ajustar su propia campaña a menos de un mes de iniciada para emprender contrapropaganda y propaganda negra. La alianza con una fuerza electoral que, por inconsistente que pareciera y no obstante los costos que devengara asegurarían sustraer preferencias predeterminadas (voto duro) a partidos grandes o agregar voto útil que podría provenir de electores afines al PRI. (Garfias y Peña, 2006: 117)

Ya no se trataba de una competencia entre militantes reducido a un espacio parcialmente privado, sino que sus adversarios harían todo lo posible por desacreditarlo, la estrategia de defensa fundamentada sobre dos ejes en los que por un lado se deslindaba del autoritarismo asociado a López Obrador y de los fracasos económicos y sociales provocados por el PRI lo llevaron a deslindarse también de los principales errores de Fox pero retomando mucho de la batalla que abrió contra el Jefe de Gobierno. El cambio en el mensaje de campaña y los ataques parecieron dar buenos resultados en las encuestas y abonó más al espectáculo en que se convirtieron las elecciones después de diciembre de 2005 (Ávila, A. 2009: 97).

Si bien, puede afirmarse que este fue uno de los detonantes que reforzaron algunas afiliaciones del PAN, hubo otras que decidieron abandonar la arena política por la falta de fundamento en el ataque y con ello se originaba la primera crisis de representación del partido, desde sus círculos más cercanos hasta los votos que no tenían asegurados, el cambio en el fin de la campaña y la elaboración de productos audiovisuales que contenían cada vez más menos propuestas políticas y más agresiones a la oposición terminó por reducir el espectro electoral a quienes estaban a favor del PAN y quienes estaban en contra sin posibilidades cercanas a

El proceso electoral además de reñido en cuanto a números de las encuestas, que cabe destacar se convirtió en el medidor oficial, fue de los más agresivos en cuanto a manejo de propaganda. Esta transformación es perceptible en la evolución de los eslóganes hechos por el *war room* de Calderón, mismos a los que la oposición se negó a responder con prontitud y que le costó puntos en las preferencias. De este modo, se dejaba de lado el proceso electoral con propuestas contundentes de interés social y se daba inicio al escándalo político y la acusación que invadieron los medios de comunicación con discursos de odio y miedo, montajes y escasez en propuestas.

Estrategia de medios: el cambio de discurso en la propaganda

Eslóganes	
“Mano firme, pasión por México”	Potenciador de atributos de Calderón
“Valor y pasión por México”	Se añaden valores personales a la gestión gobierno
“Manos limpias”	Promoción de mejores condiciones de vida alejadas de los actos de corrupción en los que ya habían estado los otros candidatos
“Presidente del empleo”	Promoción de la plataforma económica que alude a la estabilidad y el progreso
“Para que vivamos mejor”	Promueve sentido de bienestar. Es similar al usado por Fox “vivir mejor”
“López Obrador, un peligro para México”	Usado en spots y declaraciones públicas en un intento de alejar a Obrador del puntero.

Como se ha señalado con anterioridad, Acción Nacional se ha caracterizado por tener una fuerte influencia e interés en los medios de comunicación como arma potente para promocionar a sus candidatos. Con el banderazo en el inicio formal de la campaña, el PAN fue el primer partido en comenzar con su presencia mediática. La estrategia que siguieron estuvo relacionada en primer lugar, con dar a conocer a Calderón como un ciudadano promedio capaz de llevar a cabo la administración del país, esta campaña resultó ser débil ya que la percepción que se tuvo de las primeras apariciones en pantalla, radio y sobre el terreno no modificaron la intención de voto que se tenía hacia el candidato, por ello la explotación de este recurso al por mayor, fue de las armas fuertes para el candidato menos reconocido.

El mensaje que se estructuró para Calderón se dirigía en doble flujo y con posibles contradicciones a las que el equipo de campaña debía prestar atención en el sentido de que, por un lado, debía deslindar sus posiciones y propuestas del presidente de salida y por otra parte debía hacer uso de los logros de este para recuperar credibilidad y confianza en el partido. De estas limitaciones, fue posible esbozar lo que sería el mensaje completo del candidato no sólo en la creación de la imagen, como se vio sino dentro de *spots*, eslóganes y participaciones en debates.

En una suerte de estrategia en varios pasos, uno de los primeros acercamientos que tuvo la campaña de Calderón se hizo a partir del reconocimiento de los atributos positivos del candidato así como sus capacidades, aludiendo al personaje sumamente preparado académicamente y con extensa experiencia política en cargos de representación popular (pretensión de bono de confianza a partir del acercamiento a la sociedad), dada la baja popularidad de esta perspectiva del candidato, se optó por un segundo momento en el que además de los atributos se le reconocía el carácter y la confianza en sí mismo y su proyecto, cualidades que demostró en los debates (Dresser, D. 2016: 8) y que ayudaron a reforzar el impacto de los eslóganes.

En la recta final de la campaña, otro de los atributos que se sumó a la estrategia pero que siempre estuvo presente en los ideales del candidato, fue el interés por el bienestar de la familia, capitalizando a esta institución como un elemento constitutivo de Acción Nacional. Fue este rubro el que le permitió comparar su agenda con las de otros candidatos en tanto que su proyecto más que hablar de la generalidad social se remitió a promover el bienestar económico de las familias. Junto con esto, su interés en el empleo, la seguridad social y la transición pacífica, así como el respeto por las instituciones y el reforzamiento del sistema político fueron puntos que pudo contrastar principalmente con el candidato de oposición más fuerte: López Obrador.

El ejercicio de tematización hecho por los medios de comunicación no dio mucha preferencia en un inicio al candidato que trataba de hacerse más notorio, los reflectores de los que pretendía hacerse la campaña de Acción Nacional buscaban captar la atención de cualquier forma, de ahí que, cuando se hizo el cambio de eje a partir de enero y se comenzó la batalla de *spots* los medios de comunicación comenzaron a priorizar una información por encima de otra haciendo de la contienda electoral un espectáculo político más que un asunto que definiría el rumbo del país.

La apertura y libre expresión que había sido otorgada a los medios en el sexenio de Fox fue validada durante las campañas sucesoras, poca regulación tuvo la televisión para difundir los mensajes de los candidatos y, a pesar de que algunos fueron denunciados ante el IFE como el que compara a Obrador con Chávez, el IFE no hizo más que retirarlos tiempo después de un posible impacto en la contienda.

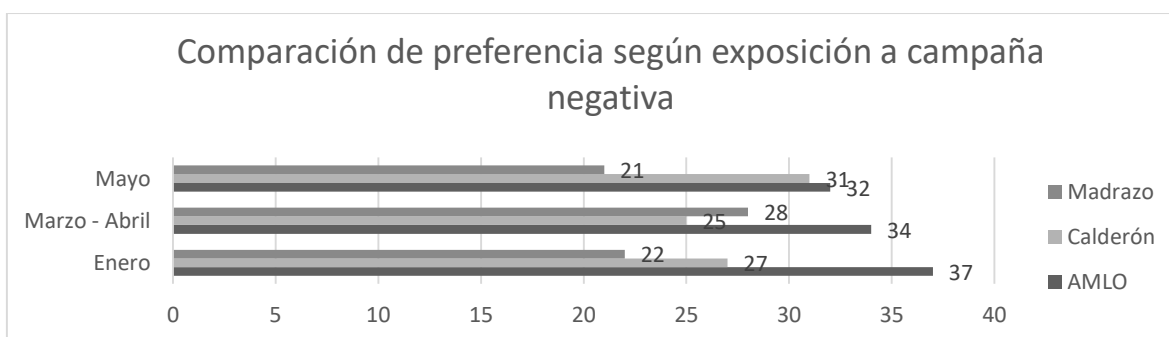
La estrategia de medios que elaboró el PAN se basó fundamentalmente en encontrar las debilidades del discurso y acciones del candidato más fuerte y, en el ataque, hacerlas notorias a la sociedad, principalmente los fallos que encontraban en su gestión como jefe de gobierno. La finalidad del uso de este tipo de discurso era persuadir al electorado sobre la amenaza que implicaba tener al PRD en el poder sin un sustento programático.

La entrada de Dick Morris al equipo de campaña y la elaboración del eslogan “López Obrador, es un peligro para México” terminó de desubicar el rumbo de la campaña del PAN caracterizándola en sus últimos momentos como una estrategia de propaganda negra y contrapropaganda que no incrementó el nivel de aceptación del candidato y por el contrario, lo hizo perder el rumbo político electoral que había forjado en los inicios mediante declaraciones fuera de contexto, como la comparación de la forma de hacer política del candidato de la Coalición Por el Bien de Todos con Carlos Salines o López Portillo.

Lo anterior responde a códigos de lenguaje, visuales y de realidad fundamentados en la descontextualización de declaraciones y acciones de los candidatos que permiten, a través de un montaje que sea similar a la realidad, enaltecer y comparar características de personajes que parecen ser similares pero que, por contexto, sus acciones y decisiones son distintas.

La manipulación que derivó de la estrategia de Acción Nacional recurría incluso a la formación de una campaña de miedo con implicaciones simbólicas radicales que descalificaban incluso como persona a López Obrador. Si bien, el uso de este tipo de campaña tuvo repercusiones en las acciones electorales, deslegitimó aún más las acciones del partido y provocó que, para inicios de la gestión de Calderón como presidente de la nación se cambiara el rumbo del gobierno, producto de la inconsistencia de los últimos momentos de campaña.

La efectividad de las campañas negativas no es perceptible hasta que se analizan los resultado finales de las elecciones y las contradicciones entre las encuestas y los resultados reales. Hay una influencia directa entre los mensajes emitidos a través de los elementos propagandísticos y las votaciones a pesar de que, algunos autores señalen que la relación puede ser negativa en tanto que promueva el abstencionismo a partir de la falta de claridad en las propuestas, en el caso de México en estas elecciones, pudo notarse que, luego de que Calderón difundiera los *spots* que señalaban a Obrador como un peligro para México un 17.34% votó por el acusado y 52.2% por Calderón. (Buendía y Bustos, 2006).



5Fuente: elaboración propia con información de Portillo, M. (2012) Campañas negativas y preferencias electorales: el caso de las elecciones presidenciales de México en 2006. Razón y Palabra, México: UACM

Otro de los factores que influyeron en la estrategia de medios fue el papel protagónico de las encuestas como tablero de medición y posible factor persuasivo en las decisiones del electorado completando el triángulo de la comunicación política propuesto por Wolton como un instrumento que sirve para expresarse y someterse a evaluación pública.

Mes	Campaña
Enero	Arrancan campañas Campaña “Manos limpias de F.C Campaña a ras de tierra AMLO
Marzo- Abril	Spots de Calderón vs AMLO Cambio de rumbo de campaña panista (integración de Dick Morris “Cállate Chachalaca” AMLO Primer debate
Mayo	Continúan spots negativos de FC vs AMLO Participación de Consejo Empresarial y de Comunicación en campaña de FC.

La campaña de Calderón puede dividirse en dos etapas que marcaron la presencia y desarrollo de la etapa electoral de 2006 para el candidato del partido blanquiazul. Por una parte, la primera etapa de la campaña de Calderón se caracteriza no por el énfasis en la presentación del candidato sino en un interés genuino de continuar con la campaña interna que lo llevo a ser elegido candidato postulante del PAN.

El lema “Mano firme, pasión por México”, como la bandera panista de preservación del gobierno de Fox, se transformó en “valor y pasión por México”, un eslogan que ya incluía el esbozo de lo que sería la estrategia contra el crimen organizado que marcó su gobierno y lo hizo uno de los más sanguinarios en la historia del siglo XX.

El escaso impacto que tuvo este periodo inicial de campaña llevó a Calderón a modificar tanto el eje de la campaña como el equipo que lo integraba, de tal manera que decidió nombrar coordinadora a Josefina Vázquez Mota con el objetivo de reforzar el área de giras para incrementar su presencia ante la ciudadanía. Junto con esta modificación, el cambio de narrativa en los mensajes publicitarios con tintes cada vez más cercanos al ataque y al uso de prensa negra.

Otra de las situaciones que de modificó en esta segunda fase de la campaña fue la relación con el presidente del partido Manuel Espino y con el mismo presidente, Vicente Fox, esto con el objetivo de construir una nueva trinchera que atacara al unísono al candidato que estaba en el puntero, López Obrador.

El contraste de las propuestas con la realidad: la crisis nace en la campaña

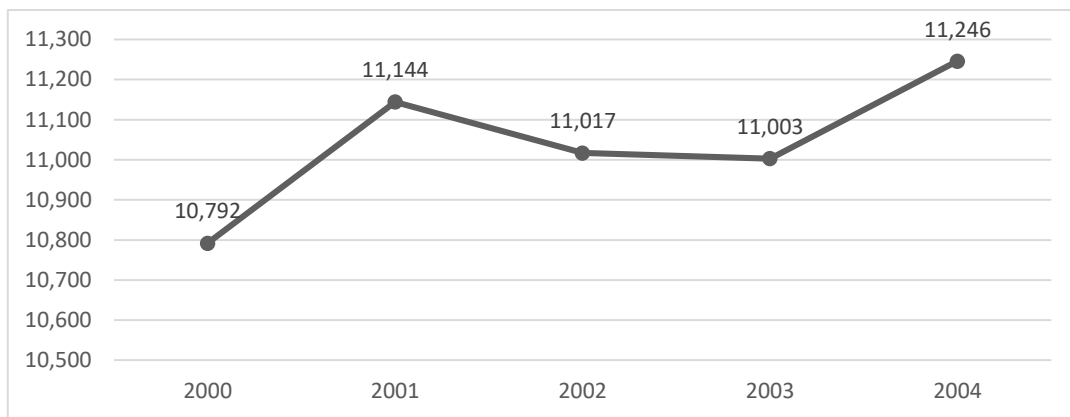
Como se ha mencionado con anterioridad, uno de los detonantes de la crisis de representación política deriva de la incapacidad que tienen los gobernantes de hacer valer y cumplir las propuestas que estos hacen durante campaña, sin embargo, antes de lo que se considera la gestión como tal, la evaluación anterior de las percepciones de los ciudadanos sobre algunas condiciones bajo las que viven pueden

esbozar una posible crisis que puede tener el gobierno en tanto las propuestas que contiene su plataforma electoral.

En ese sentido, el cambio constante en el eje que estableció Calderón, posicionándose como el candidato del empleo en un primer momento y después desatar el ataque contra AMLO hicieron por perceptible el verdadero contenido de su campaña en medios. Uno de los factores que permitió que Calderón alcanzara a AMLO en los números del puntero y que la contienda se limitara a sólo dos candidatos luchando por la silla presidencial fue la inasistencia de Obrador al primer debate en el que para Calderón fue posible retomar en ocasiones seguidas las propuestas de campaña haciendo uso útil del tiempo y el espacio, así como de la ausencia de su principal contrincante. Pese a ello, el esfuerzo que tuvo que hacer Calderón para regresar la credibilidad al PAN fue tal que, a pesar de tener algunas cartas a su favor, las condiciones reales en las que Fox dejaba al país no eran alentadoras.

Seguridad e inseguridad: donde Calderón dejó vacíos

En cuanto a la evaluación de Fox dentro de gobierno fueron variadas las opiniones, pero recurrente la insistencia en la necesidad de prestar atención a los índices delictivos que iban en incremento en el país, las encuestas señalarían que los rubros en los que las campañas debían poner más atención estaban vinculados con el incremento de la seguridad del país como cifra alarmante, según datos del INEGI, de 2006 a 2012, periodo que comprende el sexenio de Calderón la cantidad de homicidios fue de 132,065, 86% más que los registrados con Fox. En ese sentido, las declaraciones de Calderón durante la campaña, así como la composición de su plataforma electoral respecto a este tema señalaron como prioritarios los siguientes rubros:



6Fuente: elaboración propia con datos de ICESI y ENSI. Año 2004-2005.

1. Depuración y profesionalización integral de cuerpos policíacos
2. Combatir la impunidad para castigar con estricto apego a derecho
3. Rescatar el espacio público e incidir en problemas sociales que son caldo de cultivo para la delincuencia organizada
4. Garantizar los derechos de la víctima
5. Política preventiva consistente en rescatar los valores sociales

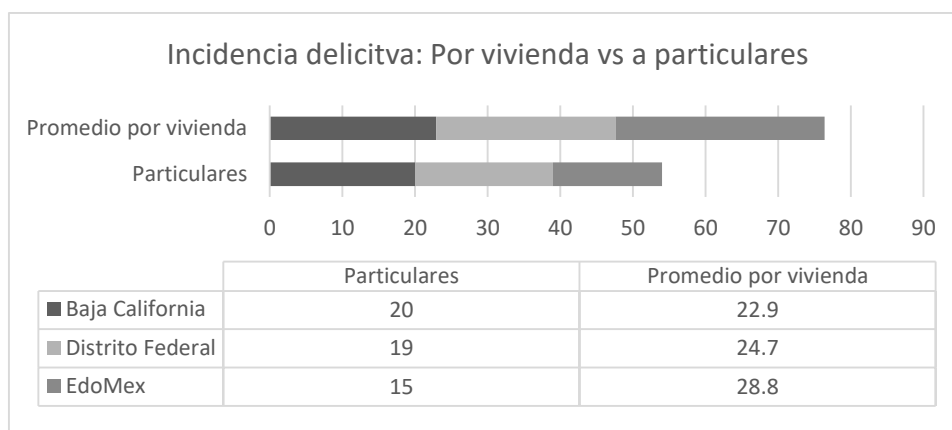
6. Cooperación entre sociedad y cuerpos policiacos
7. Sistema Único de Información Criminal (Reveles, F. s/f: 87)

Es posible afirmar que dentro de las necesidades de la sociedad con respecto al incremento de la inseguridad que Fox dejaba de herencia a Calderón, las propuestas de este no proporcionaban la certeza necesaria de un cambio que regulara los brotes de percepción negativa en cuanto a los índices de seguridad.

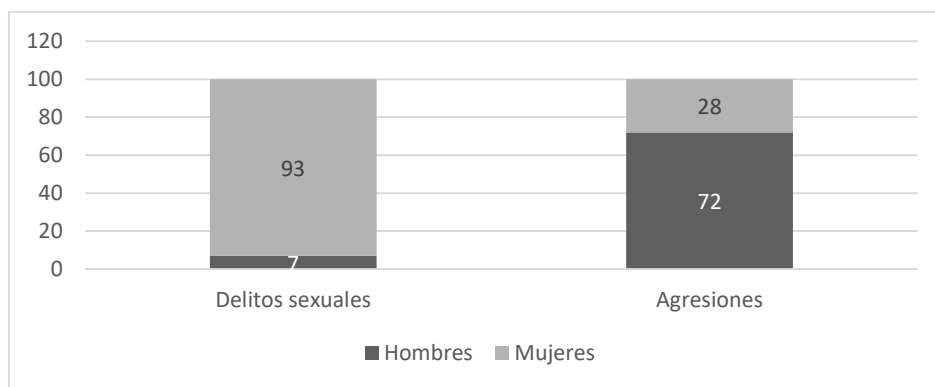
La representación de Acción Nacional en materia de seguridad interior, como una de las preocupaciones latentes de la sociedad y un saldo que incrementó sobremanera durante el sexenio, terminó de quebrantarse, en un primer momento a partir del establecimiento de una agenda electoral basada en la especialización de la legalidad y los cuerpos judiciales sin acciones a concretar a la brevedad y después con el cambio de discurso hacia la erradicación del crimen organizado que no era un asunto prioritario para entonces ya que, según Mitofsky, el problema del narcotráfico estaba por debajo del desempleo y la crisis económica y por lo tanto, el despliegue de las fuerzas armadas en las calles con operativos constantes incrementaron no sólo la inseguridad sino el saldo de muertes, principalmente al norte del país.

La estrategia bajo la que se elaboraron las propuestas de este rubro claramente no estaba considerando la incidencia delictiva que había para entonces, proponiendo puntos vacíos que no daban solución al incremento de la inseguridad en el país estimado para un año antes de las elecciones.

En ese sentido, como lo muestra la Encuesta Nacional sobre Inseguridad hecha en 2005 a nivel nacional, el Distrito Federal junto con Baja California y Estado de México representaban los estados con mayor número de víctimas particulares y en promedio de vivienda con un mayor número de caso relacionados a violencia sexual, condición que no fue considerada en sus propuestas.

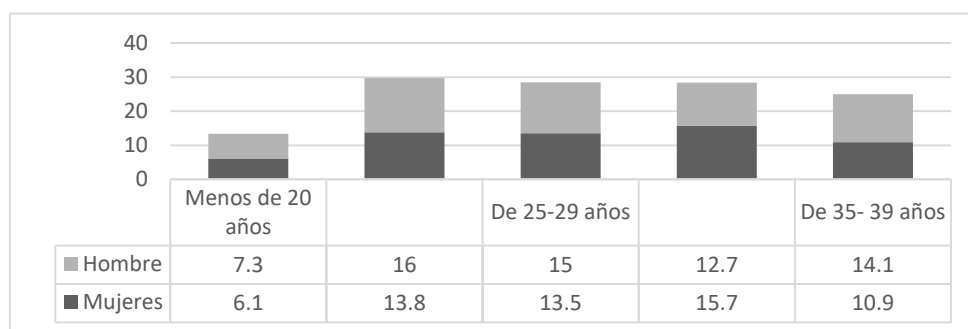


7Fuente: elaboración propia con datos de ICESI y ENSI 3. Año 2004-2005. Índice de incidencia delictiva



8Fuente: elaboración propia con datos de ICESI y ENSI 3. Año 2004- 2005. ¿De cuáles delitos fue víctima?

En materia de seguridad, otro de los vacíos que tuvo el programa electoral de Calderón además de no considerar el incremento de los delitos sexuales, fue el de no tomar en cuenta el riesgo bajo el que se encontraba el segmento al que prestaba mayor atención en su campaña y que sólo retomó en materia de empleo como posible única preocupación. En este sentido, el discurso sobre el que se basó el primer momento de campaña que aludía al candidato joven y cercano al pueblo no resultaba efectivo en tanto que sus propuestas no estuvieron guiadas hacia el bienestar y la seguridad del segmento con el que trataron de identificarlo.



9Fuente: elaboración propia con datos de ICESI y ENSI. Año 2004-2005. Características de las víctimas. Distribución por sexo y edad.

En un intervalo que va desde menores de 20 a 39 años, edad promedio en el que pudo encasillarse a Calderón, se muestra que este rango fue el más propenso a la delincuencia con un decremento notable en la población mayor de 40 años. La estrategia de segmentación a la que se hizo alusión en apartados anteriores no fue efectiva en cuanto a la consideración de quienes se verían beneficiados en las propuestas en materia de seguridad. Claro está que, con la batalla mediática contra Obrador perdió el eje claro de su postulación.

Presidente del empleo: la propuesta fuerte de Calderón

Parte de uno de sus eslóganes como “presidente del empleo”, las propuestas que versaron sobre este rubro de la vida política

1. Crear empleo con inversión, y no hay inversión si no hay certidumbre jurídica
2. Marco laboral para generar empleo para mujeres y jóvenes
3. Facilidades para los recién egresados

4. Vinculación de la educación media superior, superar, técnica y tecnológica con el mercado laboral de tu comunidad
5. Promover que las empresas contraten en jornadas de medios tiempo
6. Fomento a la pequeña y mediana empresa
7. Búsqueda de acuerdo de “mercado global del trabajo” con Estados Unidos y Canadá
8. Fomento al turismo
9. Inversión en salud, educación “de calidad” infraestructura de comunicaciones y transportes y seguridad pública. (Reveles, F. 2006: 86)

Las condiciones en las que se realizaron las campañas no daban una mala percepción en lo que refiere a la creación de empleos ya que, la encuesta de salida de Fox marcaba un buen trabajo en materia de creación con una evaluación de 30% a favor (Mitofsky, 2006), muy por debajo de otros logros pero considerado como uno de los aciertos del PAN, de ahí que a partir de la conservación de los progresos del gobierno de Fox y el deslinde de las acciones que pudieran provocar un efecto negativo en la percepción de su campaña, Calderón promovió una visión del Estado como “empleador” que favorecerá a jóvenes y mujeres.

Como señala Reveles, (2006: 86) las propuestas que hizo Calderón en materia de política laboral estaban pensadas en términos de convencimiento más que de establecer posiciones demagógicas ni de oportunismo por la tensión política que se había generado.

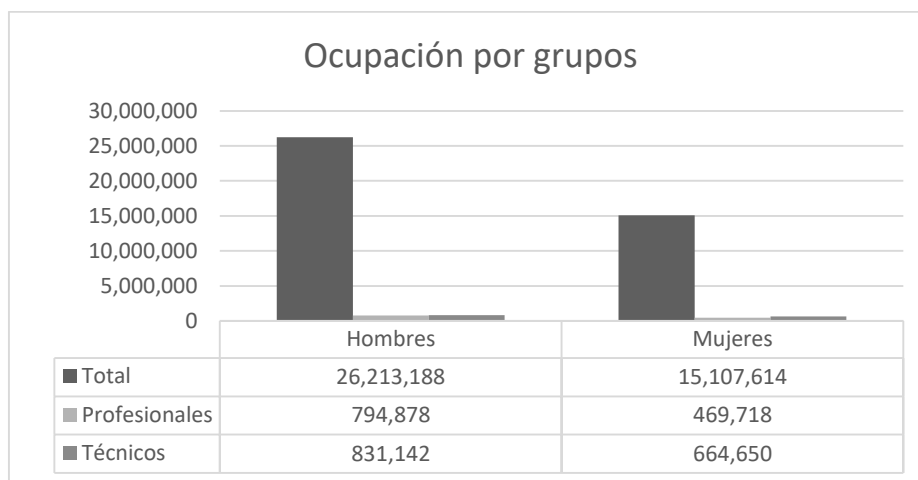
Este era un rubro en el que Calderón se sentía cómodo ya que los resultados del gobierno le daban una buena tarjeta de presentación, sin embargo, centrar dichas propuestas en el beneficio de nuevos empleadores dejaba de lado las facilidades y las propuestas aplicables hacia quienes ya tenían un empleo. El énfasis en la consideración de fomento de participación de las mujeres dentro del espacio laboral es reconocible en tanto que las condiciones de éstas estaban segregadas hacia actividades domésticas y feminizadas sin tener la oportunidad de ser empleadoras sino fungir como subordinadas.

Población ocupada por posición en la ocupación y sexo 2005

Posición en la ocupación	Hombres		Mujeres	
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje
Total	26 213 188	100.0	15 107 614	100.0
Empleadores	1 617 113	6.2	307 729	2.0
Trabajadores por su cuenta	6 362 905	24.3	3 422 617	22.7
Trabajadores subordinados y remunerados ¹	16 790 010	64.0	9 719 185	64.3
Trabajadores sin pago	1 441 403	5.5	1 657 412	11.0
Otros trabajadores	1 757	0.0	671	0.0

¹ Corresponde a los trabajadores asalariados y a los trabajadores con percepciones no salariales.
FUENTE: INEGI, STPS. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, 2005. Segundo trimestre.*

Mas allá de prestar atención a la formulación de marcos legales a partir de los cuales se generará empleo para mujeres y jóvenes, se debían establecer las medidas y las formas a partir de las cuales, la desigualdad salarial y el avance de oportunidades hacia profesionales y técnicos de ambos géneros. El trabajo para profesionales y técnicos estaba todavía con una brecha de género que oscilaba entre los 100 mil puntos diferenciales.



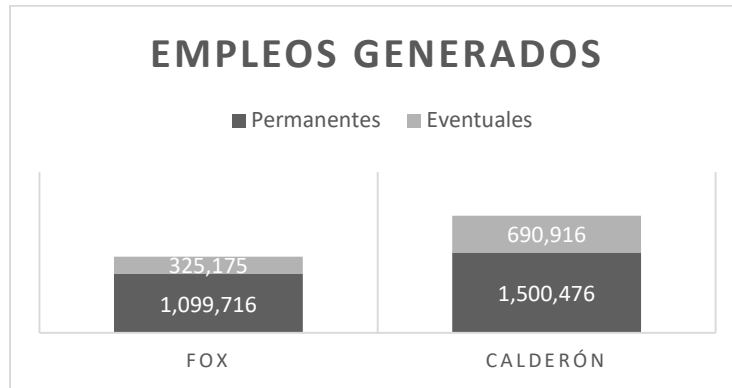
10 Fuente: elaboración propia con datos de INEGI. 2005

La propuesta económica y laboral de Calderón estaba fundamentada en el modelo macroeconómico aplicado a otros países, esto es evidente en el interés que presta al apoyo de Pequeñas y Medianas empresas (MiPymes) en cuanto a incentivar su desarrollo. La postura que adopta, similar a la de Fox que niegan los programas asistencialistas y opta por el incremento de la productividad laboral con el fin del regreso económico es un contraste visible en la campaña.

Quien es el “presidente del empleo”, es también el seguro de perpetuidad de las formas de reproducción económica que devienen del modelo tecnocrático neoliberal impuesto por Salinas que se fundamenta en el crecimiento y no en el desarrollo del país. A ojos de la perspectiva panista las políticas en materia laboral que planteaban sus opositores, a diferencia de la suya, que era aparente sinónimo de progreso, era que, por un lado, el PRI generaría crisis económicas como ya lo habían hecho con anterioridad, mientras que lo que él llamó el proyecto de “peligro para México” pretendía llevar una política de gasto público excesivo en programas y proyectos de inversión pública. Es esta comparación y una plataforma laboral firme lo que permite que Calderón a través de los spots de ataque haga uso de los gastos hechos por López Obrador para tratar de deslegitimarlo.

A pesar del discurso contundente que Calderón mantuvo en la campaña respecto a sus habilidades económicas adquiridas en la academia, el resultado de generación de empleos y apoyo a las microempresas no superó las expectativas, en tanto que, al final de su gestión se registró sólo un total de 1,500,476 empleos permanentes, cifra por poco mayor a la de Fox en su sexenio de 1,099,716 empleos. (*Expansión*, 2019).

En suma, la economía mexicana se encuentra en una fase descendente del ciclo económico y todo parece indicar que continuará deslizándose suavemente hasta 2006, ante la ausencia de políticas económicas contracíclicas que promuevan el crecimiento sostenido y el pleno empleo. (Calva, J. 2005: 85)



11 Fuente: elaboración propia con datos de Expansión. Año 2019

Economía

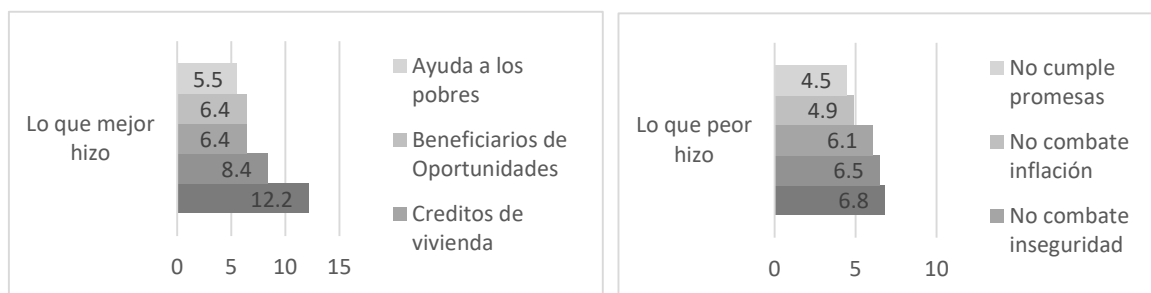
La base fundamental de las propuestas en materia de política económica contradecía muchas de las declaraciones de Calderón, en el sentido de que éste se había deslindado del proyecto de Fox una vez que surgió el conflicto de su destape y se vio en la necesidad de renunciar a SENER.

Cuando las propuestas económicas toman el mismo rumbo que lo dicho por Fox y que incluso uno de los eslóganes se asemeja a uno usado por el presidente (“Para que vivamos mejor” de Calderón contra “Para vivir mejor” de Fox) es incuestionable la batalla que el candidato de Acción Nacional dará para volver a posicionar al PAN como fuerza en el escenario político a través de los logros de Vicente Fox. Bajo esa premisa, una síntesis de la plataforma electoral en materia de economía señala lo siguiente:

1. Continuar con las políticas económicas vigentes
2. Garantizar el estado de derecho para promover la inversión
3. Fomentar la inversión para generar empleos
4. En vez de apoyos asistenciales, igualdad de oportunidades
5. Desarrollo humano sustentable
6. Inversión pública en educación, salud, infraestructura y seguridad
7. Pasar de impuestos al ingreso a impuestos al consumo
8. Apertura a la inversión en energía
9. La dependencia publica para todas las políticas de apoyo a pequeña y mediana empresa
10. Aumentar la cobertura y profundizar los programas sociales actuales (Reveles, F. 2006: 81)

En la composición de la plataforma electoral el rubro económico hace alusión a la conformación de una economía competitiva que impulse el desarrollo del modelo macroeconómico iniciado por el gobierno de Fox, a pesar de que asegura que programas como Oportunidades y el Seguro Popular se mantendrán, dentro de estos programas se incluirán rubros como el fomento a la educación y la salud para todos los mexicanos a partir de fortalecimiento de las instituciones, su mantenimiento como programa deriva de la evaluación que tuvo para el final del sexenio ya que 12.2% de la población

percibió como “lo mejor que hizo el gobierno de Fox” al Seguro Popular y 6.4% calificó como buena la implementación del programa Oportunidades.



12Fuente: elaboración propia con datos de Mitofsky. Año 2006.

Claramente, uno de los puntos críticos de la política económica de la propuesta calderonista tiene que ver con la desatención que tiene hacia el apoyo y fomento de desarrollo de las clases vulnerables, retomando los valores del partido que tiene para sí apoyos de grandes empresarios y por tanto una fijación por prestar mayor atención a ricos antes que pobres, Calderón propone la eliminación del carácter social del Estado, mismo que delega a las instituciones y atribuye al poderío económico la bandera del bienestar, a partir de ello, la responsabilidad que se le otorga al estado está más bien relacionada con su capacidad de desarrollar oportunidades de crecimiento para los más necesitados y con ello, conseguir una vida digna. (Reveles, F. 2006: 82)

Estas acciones no derivan de Calderón, sino que se fundamentan en uno de los principios tradicionales del PAN, la desigualdad social es una condición natural inevitable que determina que ricos y pobres existen y la responsabilidad del estado es generar las condiciones necesarias para que este sector social, a partir de su esfuerzo y del apoyo institucional, logren superarse. No es de extrañarse que, dentro de las propuestas del que sería ganador en la contienda electoral, no figuraran propuestas como las de López Obrador sobre el apoyo económico a diversos sectores que lo necesitan, para el PAN uno de los detonantes de su crisis como partido y como figura legítima es el desinterés que tienen hacia las clases bajas.

Educación

La evaluación que antecedió la campaña del PAN se caracterizó por tener una buena perspectiva, el gobierno de Fox fue evaluado de manera positiva en este aspecto. La población percibió una mejora en el sistema de la educación pública de 43.2% con respecto al año anterior, esto gracias al apoyo que el gobierno dio mediante becas y que además fue reforzado e la capital del país con las políticas asistencialistas del Jefe de Gobierno. El otorgamiento de becas tuvo una aceptación de 8.4% del total de la población que se tomó en cuenta para la encuesta de salida de Fox.

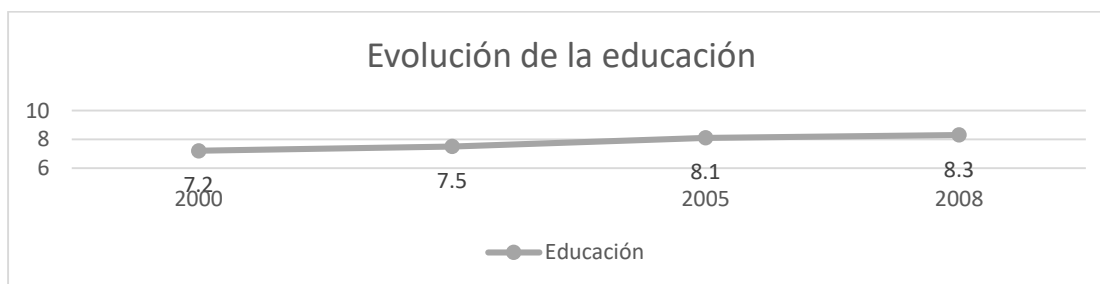
Ahora bien, como se ha destacado con anterioridad, una de las deficiencias en el impulso a la educación por parte de Calderón es que, atribuyó esta tarea a otras instituciones sin prestar verdadera atención, situación que traería problemas más adelante en cuanto a protestas magisteriales y descontento respecto a la iniciativa de evaluar las aptitudes de los maestros como medida de control sobre su preparación o pertinencia de fungir como docentes.

1. Escuela como centro de sistema educativo nacional: que permitirá la inclusión de padres y profesores en el mantenimiento de las instancias, así como la premiación e incentivo para que estas mejoren las formas de enseñanza. Aunado a ello, se establecerá una política tecnológica mediante la cual los alumnos puedan estar conectados por medio de *Enciclomedia*.
2. Evaluación permanente para educación de excelencia: que impulsará la autonomía del INEE para evaluar y proponer contenidos a las escuelas, así como el establecimiento de un sistema anual de evaluación para incentivar el mejoramiento en la educación.
3. Maestros comprometidos con el futuro: profesionalización de los docentes que incluyan el fortalecimiento de sus técnicas didácticas a fin de mejorar el conocimiento transmitido. Se premiará a los docentes más distinguidos en su labor.
4. Programas educativos de calidad que tendrán como finalidad orientar, formar y enseñar valores cívicos y éticos además de incrementar el tiempo de aprendizaje cultural,
5. Apoyo para los estudiantes a través de la institucionalización del Sistema Nacional de Becas Educativas que ayudarán a solventar gastos, principalmente a nivel medio superior
6. Educación superior, técnica y tecnológica de vanguardia que sea impulsada mediante la ampliación de cobertura y equidad del sistema que permita la mejora en los niveles de vida.
7. Educación para la vida y el trabajo que permita fomentar diversas actividades, así como la certificación en oficios que desarrollen las aptitudes laborales. (INE, 2006)

Las promesas discursivas son fáciles de digerir, pero es más complejo imaginarlas en acción, uno de los atributos que se le hizo a Calderón en campaña fue la capacidad que peste tenía para señalar la forma en la que se realizarían sus propuestas, mismas que no resultaban imposibles si se les restaba el embellecimiento retórico del documento publicado. Pese a los esfuerzos de Calderón por tratar de innovar en el ámbito educativo, una de las mayores confrontaciones que pasaría, además de la resistencia civil de López Obrador, sería el descontento del SNTE y de la CNTE en las formas de evaluación de sus aptitudes las que dilucidaran el desinterés que el gobierno tenía en estos aspectos.

La evaluación de las medidas que Calderón tomó al final de su gestión dejó en claro las inconsistencias que tenían detrás propuestas incongruentes y faltas de justificación. Una vez más, el discurso se convertía en un simple ejercicio de oratoria que culminó en un proyecto fallido que costo millones al gobierno (Enciclomedia) y la ausencia definitiva de un programa general e incluyente aplicable a cada zona.

Si bien, según datos del INEE, la escolaridad media tuvo un repunte durante el sexenio de Calderón, ello no deriva necesariamente de las políticas gubernamentales de Calderón sino de un sistema que fue reforzado y protegido por una fuerza sindical fuerte.



13Fuente: elaboración propia con datos de INEE

La política educativa en su momento innovadora por el programa que implicaba la especialización de los docentes fue traducida después como una forma en la que el gobierno pretenda interferir en las formas de educar, arraigadas en la cultura mexicana. Las propuestas en materia de educación no eran del todo necesarias, la representación de Acción Nacional perdió gran parte del electorado magisterial después de dar a conocer en qué consistía la evaluación, misma que se aplicaría de manera arbitraria. Como se ha señalado, la educación no era un rubro predominante en lo que concierne a la estrategia de gobierno del PAN, su interés taba enfocado al pan económico a realizar.

Acción electoral: La primera crisis de representación calderonista: el conflicto en la toma del cargo y el cambio del eje rector del gobierno.

Luego de uno de los procesos electorales más polémicos y reñidos en la historia de las elecciones en México y de propuestas contrastantes que no terminaron por representar la realidad de los ciudadanos dado que el interés de Calderón estaba centrado en el ámbito económico y más aún con la incorporación del Concejo Empresarial a sus filas de apoyo. La asistencia social se volvió un distintivo del candidato del PRD mientras que el PRI se vio rezagado y alejado del proceso electoral. La competencia bipartidista además de tener dentro de sí el espectáculo de la guerra de spots, también señalo en los resultados de las elecciones las fallas que el sistema electoral aún tenía.

Tiempo antes de las elecciones, el terreno político controversial ya estaba en formación con la elección de consejeros del Instituto Federal Electoral, en donde participarían ciudadanos electos por partidos políticos (excepción del partido de izquierda). El Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP) en su formato digital sería otro de los actores relevantes en estas elecciones, particularmente así que su difusión y ampliación permitiría que el resultado previo estuviera al alcance y conocimiento de todos los ciudadanos a través de los protagónicos medios de comunicación.

Este proceso no tuvo una reforma estructural previa que obedeciera a la solicitud de las demandas de los ciudadanos, sino que se trató de un ejercicio deliberativo entre las clases dominantes a fin de que la sociedad de viera beneficiada por las nuevas medidas que se estaban tomando. El Consejo General del IFE desarrolló nuevas formas de instaurar la equidad, la confianza y la imparcialidad dentro de las elecciones.

Estas medidas se tradujeron en reglamentos sobre la disolución, liquidación y destino de los bienes de los partidos, así como la creación de uno nuevo sobre la fiscalización. Dentro de estas elecciones se tomó en consideración también a los medios de comunicación proponiendo un modelo de monitoreo de publicidad y audiencias que incluyera spots, espectaculares y el reparto equitativo del tiempo para cada uno.

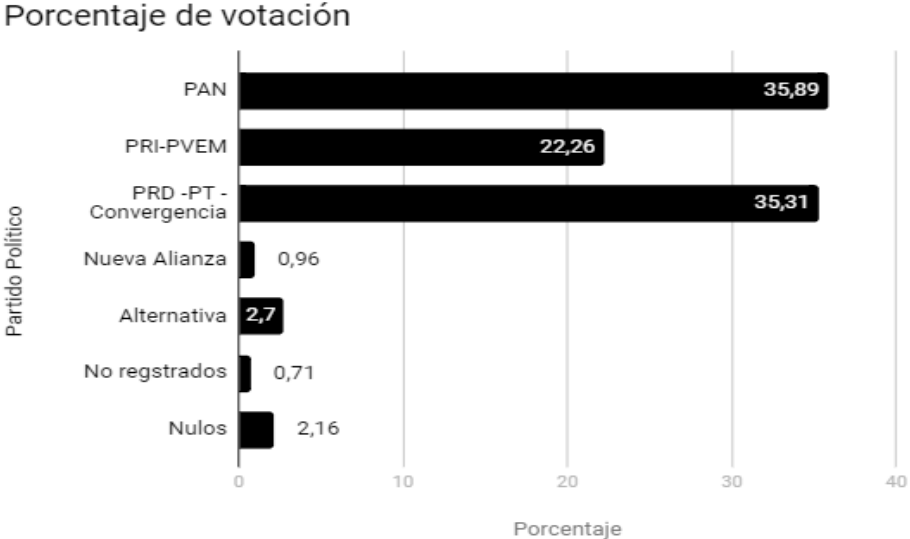
El 2 de julio del 2006, durante las elecciones presidenciales se obtuvo el registro de 64, 389 secciones, distribuidas en 130,488 casillas alrededor de las 32 entidades federativas del país. Con respecto a los resultados de las elecciones federales, el 58.55% conformó el total de la participación ciudadana con respecto a los 71, 374,373 millones de ciudadanos registrados en el padrón electoral. Es decir que 29,583,051 (41.45%) representaron el abstencionismo en esas elecciones.

Cabe resaltar que, los resultados de las elecciones presidenciales integraron por primera vez la votación de los ciudadanos mexicanos residentes en el extranjero, ejerciendo su derecho al sufragio,

colaborando con 33,131 (81.05%) de votos provenientes del extranjero de los 40,876 ciudadanos registrados en el padrón electoral.

En las urnas, se registraron ocho partidos y cinco candidatos para la Presidencia de la República: Felipe Calderón Hinojosa con “Alianza por México” (PAN), Andrés Manuel López Obrador con la coalición “Por el Bien de Todos” (PRD-PT- Convergencia), Roberto Madrazo con la coalición del PRI-PVEM bajo el lema: “por el bien de todos”, Patricia Mercado (Alternativa) y Roberto Campa (Nueva Alianza). La legitimidad de la existencia de una democracia pendía de un hilo, además de los conflictos ya descritos sobre la postulación de Calderón, la intervención de Fox y la permisibilidad de participación de otras fuerzas macaron el destino del futuro democrático de México.

Los resultados en la urnas señalaron el triunfo de Felipe Calderón Hinojosa, candidato del PAN con el 35.89% de la votación, es decir 15,000, 284 de votos efectivos, 6.62% menor al porcentaje obtenido por Vicente Fox un sexenio antes. Seguido se encontraban las dos fuerzas electorales que disputaba el puntero: Andrés Manuel López Obrador, representante de la coalición (PRD-PT-Convergencia) con el 35.31% equivalente a 14,756, 50 votos, y la coalición “Alianza por México” con Roberto Madrazo al frente, que se posicionó como la tercera posición con mayor votación con el 22.26%, es decir, un total de 9,301,441 votos.



14Fuente: elaboración propia con datos de INE

Cuando el PREP inició el conteo de las boletas comenzó a la vez la primera crisis de representación dentro del gobierno de Calderón y que marcaría la forma en la que haría política. El periodo de resistencia civil fue el partaguas para que Calderón modificara todo el eje de su campaña y prestara toda la atención al combate de narcotráfico. Un gobierno nacido de la ilegitimidad y el fraude no tiene de donde sacar sustento y legitimidad de sus acciones, de ahí deriva el hecho de buscar opciones rápidas y tangibles como el despliegue de fuerzas al norte del país.

Las elecciones de 2006 culminaron en movilizaciones y mítines organizados por López Obrador quien demandaba un segundo conteo de las boletas por irregularidades como la distancia entre casillas

y el retraso en la llegada de boletas al conteo. A la voz de “Voto por voto, casilla por casilla” el triunfo de Calderón fue cuestionado a tal grado que la toma del cargo se llevó a puerta cerrada y con el ahora presidente entrando por una puerta del estacionamiento. Estos comportamientos hicieron innegable que la opción de transitividad le correspondía a López Obrador.

La incertidumbre y la presión imperaron durante el conteo hasta que a las 20:00 horas se dio a conocer el resultado cerrado en las televisoras, La confusión en el electorado se hizo presente debido a que ambos candidatos, López Obrador y Calderón se declararon ganadores a la par. A pesar del esclarecimiento por parte del consejero del IFE Luis Carlos Ugalde sobre la “limpieza” del conteo y el proceso electoral, los resultados fueron impugnados por Obrador.

Al abrirse la etapa electoral del 2006, el espacio democrático ganado hasta esa hora no era muy firme pero sí prometedor, la coyuntura presente en ese entonces debería haber sido consolidada en ese espacio. Lo que es más grave, a partir de 2006 no sólo no se profundizó el cambio iniciado en el sexenio anterior, sino que, como sugieren los teóricos de las transiciones democráticas actuales, si una vez iniciado el proceso de consolidación éste no sigue avanzando a buen paso y no genera más apoyo tanto entre las élites como entre las masas, entonces se corre el riesgo de que surjan patologías, dinámicas que desemboquen en una regresión. (Meyer, 2015).

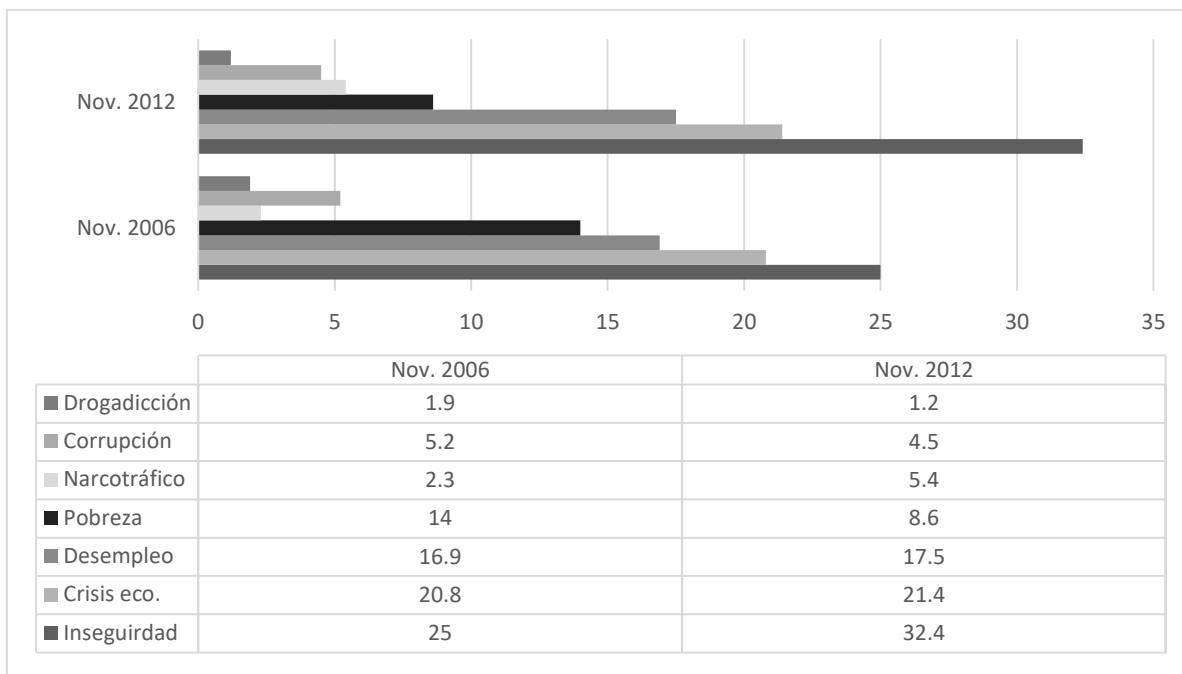
Los sucesos durante el mandato de Felipe Calderón no ayudaron a solidificar la confianza ciudadana, misma que permitió al poder ejecutivo la regresión a manos del PRI en diciembre del 2012 con la toma de protesta de Enrique Peña Nieto.

2. El nuevo PRI: Peña Nieto, de gobernador ejemplar a peor presidente

¿Cómo quedó todo? Los vestigios del gobierno panista

Evaluado como uno de los sexenios con mayor violencia y favorecimiento al sector empresarial (con percepción de 53% sobre apoyo del presidente a este sector según Mitofsky), el gobierno de Calderón se sitúa no sólo como el que da pauta a la crisis de representación en México desde su campaña sino como una de las gestiones peor llevadas en el sentido de que, las promesas de campaña tuvieron baja credibilidad una vez que el ejecutivo electo cambió la naturaleza de su gobierno.

Según la encuesta de evaluación de gobierno elaborada por Consulta Mitofsky, el principal problema percibido durante el segundo sexenio panista estaba orientado a la inseguridad con un total de 32.4% para noviembre de 2012, una variación de 7.4 puntos en comparación con noviembre de 2006. Esta problemática seguida de la crisis económica, el desempleo, la pobreza, el narcotráfico, la corrupción y la drogadicción fueron las que mayor peso tuvieron en la evaluación del desempeño de Felipe Calderón.



15Fuente: elaboración propia con daos de Mitofsky. Año 2012. Evaluación de gobierno de Calderón

Como se percibe en la tabla, el contexto en el que se desarrollaron las campañas necesitaba de propuestas concisas que redujeran el incremento de la inseguridad, así como el aumento gradual de actividades delictivas como el narcotráfico. Si se evalúa la falta de representación que las medidas de Calderón tuvieron, el ejemplo claro es que la Guerra contra el narcotráfico no fue funcional en tanto que incrementó tres puntos, aunado a ello, el llamado presidente del empleo incrementó en su sexenio el desempleo a 17.5% junto con la crisis económica.

El malestar con el gobierno de Calderón se manifestó de una manera casi pareja, el inicio de su gobierno se vio caracterizado por una aprobación de 61.6% que redujo para finales del sexenio 10 puntos, saliendo con una evaluación de 50%, ejemplo de una sociedad claramente polarizada y sin tendencias hacia algún lado del espectro político. Cabe destacar que las entidades que peor lo evaluaron a Calderón fueron Tabasco con una aprobación final de 15.5% y el Distrito Federal con 36.5% para 2012, en este último, se percibe un decrecimiento de la aprobación al gobierno panista de -4.3 mientras que Tabasco registra un decremento de -33.9% con respecto al gobierno de Fox.

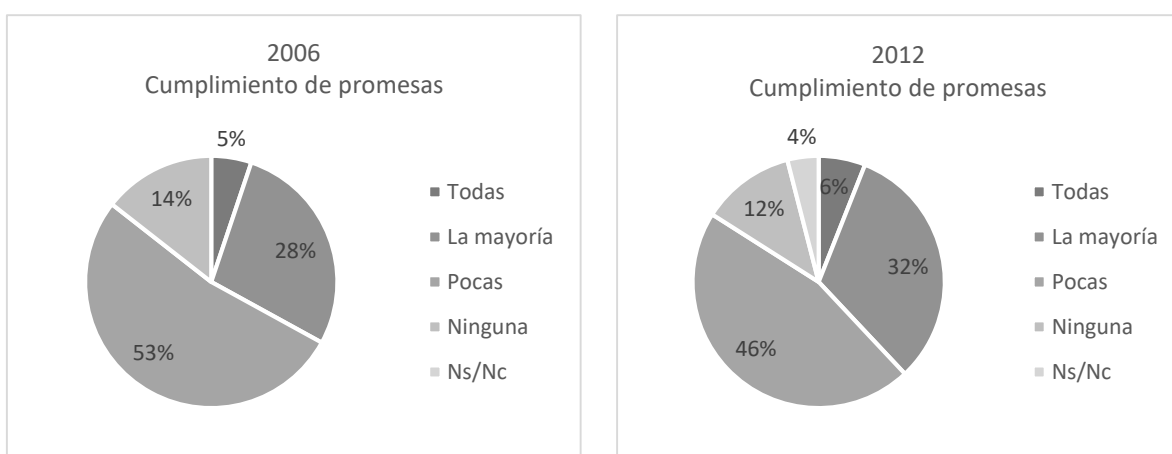
Según sus acciones es importante señalar que, dentro de esta evaluación, las acciones que peor resultado tuvieron fue el combate del narcotráfico, eje fundamental de su gobierno más no de la campaña, con un porcentaje de 13.3% cifra por encima del 7.7% que representa el rechazo a sus acciones en materia de inseguridad y 5.1% relacionado a asesinatos a civiles, sólo estos tres rubros representan el 26.4% del total de encuestas de aprobación.

Ante este escenario, primordialmente polarizado y aparentemente sin solución, la credibilidad en la figura presidencial estaba por debajo del 50% apoyado en su mayoría por integrantes de su mismo partido. En este sentido, a lo largo del sexenio se aprecia un debilitamiento en las acciones y el apoyo a los sectores implicados en su plataforma electoral, reduciendo el apoyo a estudiantes y mujeres en 9.6 y 6 puntos respectivamente

	Expectativa	Final de gobierno	Expectativa final (% reducido)
Empresarios	67.3	53.7	-13.6
Estudiantes	51.2	41.6	-9.6
Mujeres	45.3	39.3	-6.0

16Fuente: elaboración propia con datos de Mitofsky. Año 2012. Evaluación de Gobierno de Calderón

Las promesas de campaña, como se señaló con anterioridad, pueden fungir como un ejercicio retórico del lenguaje que no haga más que representaciones simbólicas que no se concretan en la realidad y sólo forman parte del acto comunicativo para conseguir los adeptos, claro ejemplo de ello fue la campaña de Calderón que, no obstante, en algunos rubros como la educación y la salud se notaba improvisada y con poca preocupación en estos aspectos consiguió la opinión desfavorable en cuanto a la defraudación de las expectativas puestas en su gobierno, mismo que hasta la fecha sigue en duda.



17Fuente: elaboración propia con datos de Mitofsky. Año 2012. Evaluación de gobierno de Calderón

La percepción de los votantes varió poco de un sexenio a otro con un ligero decrecimiento en la perspectiva negativa en cuanto al cumplimiento de lo prometido en campaña. Sin embargo, a pesar de ello, la evaluación correspondiente a la expectativas del gobierno tiene un promedio negativo de 58% que considera que el gobierno fue menos de lo que se esperaba.

El malestar con la política, manifestado en el promedio de aprobación de Calderón y la existencia de diferentes fuerzas políticas que mediaron esta percepción, permitió que, para las elecciones de 2012, el presidente electo, Peña Nieto tuviera en algunos rubros aspectos positivos como la posibilidad del cambio de sistema y operación del gobierno en el que Mitofsky señala un 49% de opinión favorables por este cambio, parte del discurso de campaña de EPN y AMLO para las elecciones federales.

Enrique Peña Nieto: el candidato viable del PRI

Contexto

Después de lo que fue uno de los gobierno más deslegitimados y violentos en la historia del sistema político mexicano, el desencanto de la población con las instituciones y organismos políticos fue tal que se regresó a lo que se había evitado por dos sexenios: la vuelta al poder del partido autoritario, el PRI. Esto si bien, no fue necesariamente el resultado de una sociedad inconforme sino de una

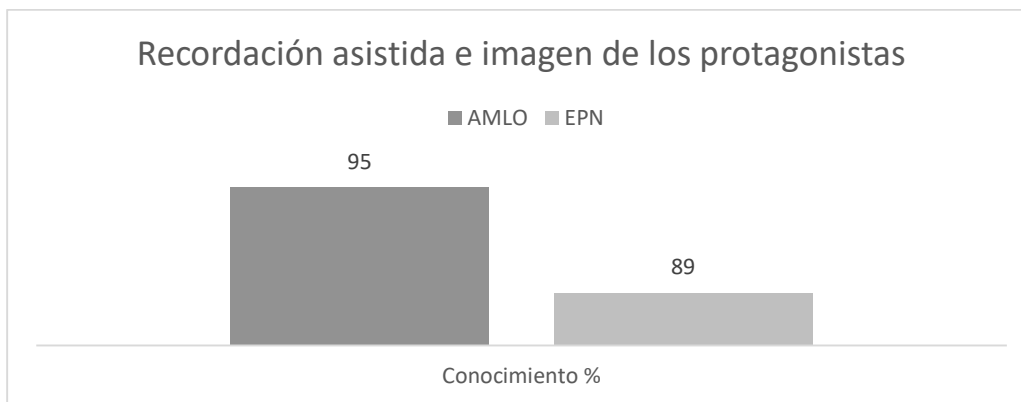
desapagada políticamente, marcó el rumbo en la elaboración de campañas políticas y formas de representaciones simbólicas que se aproximaban más a la sociedad.

Conocidas por la influencia que tuvieron los medios de comunicación en su realización, la elecciones de 2012 generaron expectación y confrontaciones mediáticas y en el terreno por parte de universitarios, oposiciones y líderes de opinión. La implicación de los medios de comunicación en los procesos políticos y su capacidad determinante incluso en lo que respecta al comportamiento de los políticos que pareciese se asemeja a los tiempos establecidos en medios dio nacimiento a la telecracia o mediocracia, la democracia ejercida a partir del supuesto conocimiento que los electores y ciudadanos tienen de la vida política mediante el uso de los medios de comunicación como mediador en la transmisión de la información.

A raíz de este nuevo contexto y con la visión de no cometer los mismos errores que en elecciones anteriores, para el proceso electoral de 2012 se establecieron una serie de reglamentaciones en materia de distribución de espacios en televisión, radio y espectaculares con el fin de brindar “piso parejo” en cuanto a presencia y recursos. En este sentido, la modificación de la COFIPE en 2007 dio lugar a que candidatos como Peña Nieto consiguiera tener más presencia con regulaciones sin límites claros. Si bien, en las elecciones anteriores uno de los errores que había cometido el IFE en materia de distribución de espacios en plataformas fue la regulación de compra- venta de espacios y el uso de recursos, para 2012, so pretexto de brindar igualdad de oportunidades a los candidatos, se pusieron los siguientes lineamientos:

1. Prohibir la compra de espacios. El acceso a la propaganda sería otorgado por el IFE en tiempos oficiales
2. El IFE sería el encargado de distribuir los tiempos a los partidos, así como distribuir los mensajes acordes a los votos.
3. Se establecen 45 minutos diarios para publicidad electoral distribuidos en 18 minutos diarios para cada partido.
4. Se reduce el tiempo de campaña y se suspende la propaganda gubernamental a fin de que se evite el proselitismo del partido en el poder como se hizo con Fox.
5. Se prohíbe compra de espacios a particulares de espacios propagandísticos en televisión y radio con fines electorales, esta medida pretendía regular la adquisición de los espacios que pudieran ser usados como apoyos extraordinarios a los candidatos, tal y como lo hizo Coparmex en la campaña de Calderón
6. Se facultaba al IFE para determinar el carácter de una campaña sea esta negativa o denigrante. (García, C, 2012: 60)

Bajo estas limitaciones, la realización de las campañas para 2012 estaría más regulada y con ello las campañas serían parcialmente más parejas, sin embargo a la hora de dar inicio al proceso de precampaña para la postulación de candidatos presidenciales por parte de los partidos, el conocimiento que la población tenía de dos candidatos que ya formaban parte del espacio mediático: Peña Nieto, por su parte en su calidad de gobernador del Estado de México, se había encargado de dar difusión a sus programas y logros, mismos que después formarían parte de la campaña presidencial y por otra parte, López Obrador que ya era conocido por ser constante opositor había realizado recorridos por el país con el fin de dar difusión a su temprano proyecto de Movimiento de Regeneración Nacional.



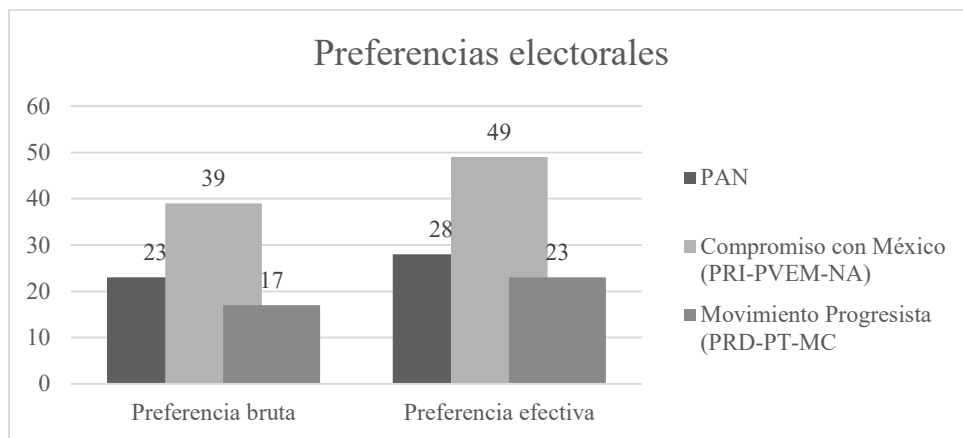
18Fuente: elaboración propia con información de IPSOS BIMSA. Rumbos a las elecciones de 2012.

La carrera política de Peña Nieto ya era conocida y se distanciaba de los logros de los que en su momento presumió Calderón, con una evaluación positiva de su gestión en el Estado de México, Peña no tuvo que competir dentro de su partido por la postulación para las elecciones del ejecutivo, era evidente que no había alguien capaz de representar el cambio en las formas de hacer política del PRI. Sin haber pertenecido al partido hasta que consiguió un cargo público, Enrique Peña Nieto fue Secretario de Administración del Gobierno del Consejo Directivo del Instituto de Seguridad Social del Estado de México, fue Presidente del Consejo Interno del Instituto de Salud del Estado de México y Vicepresidente de la Junta de Gobierno del DIF del Estado de México.

Con una carrera en Derecho y un grado en Administración de empresas, Peña Nieto fue electo para cargos de representación popular como diputado por el distrito local XIII en Atlacomulco donde fue coordinador del Grupo Parlamentario del PRI y Presidente de la Junta de Coordinación Política en la LV Legislatura. Su participación en la administración estatal fue mayor que dentro del partido, en donde fue Consejero Político, Delegado en Asamblea Nacional XVIII y Secretario General del IPE. La mayor responsabilidad que se atribuyó fue su postulación como candidato a la presidencia dejando su cargo de gobernador a Eruviel Ávila en 2011.

Como miembro y uno de los líderes del Grupo Atlacomulco, Peña representó la imagen sustituta de las viejas reglas y tradiciones del priísmo ofreciendo una imagen renovada de los valores del partido que acrecentaban las prácticas clientelares y sobreponían el interés hacia los medios y el marketing hacia la credibilidad. Como señalaron Cruz y Toribio, Peña Nieto sería lo que hasta hoy se considera el producto mercadológico más importante, resultado de la continuidad de una tradición de negocios, pactos, redes familiares y encubrimiento (2009:47)

A pesar de ello, las preferencias electorales e intenciones de voto, producto del bajo desempeño del partido en el poder no favorecían a Acción Nacional y por el contrario se orillaban por una preferencia hacia el PRI, esto como una justificación de la política del “menos peor” o menos perjudicial, característica que tampoco era atribuida a López Obrador, producto de la resistencia civil y de la sobre explotación de la promoción del candidato priísta por parte de los medios.



¹⁹Fuente: elaboración propia con datos de Parametría. 2012. Preferencia electoral para Presidente en 2012

Las preferencias electorales favorecían al candidato de la coalición Compromiso por México, la explicación resultaba sencilla, el interés que captó el candidato del PRI no sólo se desplegaba en los medios políticos, su boda con la actriz Angélica Rivera le abonó un público que hasta entonces se encontraba rezagado dentro del padrón electoral: las mujeres. Con una historia similar a una novela, Peña Nieto inició su romance con la actriz del gigante de medios en México, Televisa, misma compañía de la que Peña era favorito y al que se le invitó con regularidad a asistir ya sea a partir de reuniones planeadas con otros candidatos, ya sea bajo el pretexto de la presentación de un libro, Peña Nieto era más conocido y tenía mayores intenciones de voto gracias a corruptelas en distribución de propaganda.

Análisis de la campaña de Peña Nieto:

Creación del candidato: imagen

La representación simbólica que define los atributos de Peña Nieto oscila entre la evaluación positiva que tuvo en su gestión como gobernador y la presencia que los medios de comunicación le dieron a través de la composición de una imagen positiva y acorde al estereotipo de líder en el Ejecutivo. Esta representación provocó que, a partir de la exposición temprana de los logros del entonces gobernador, la ciudadanía se hiciera una idea de lo que implicaba el nuevo PRI, esta idea permitió que el reconocimiento de sus acciones y formas de gobernar fueran conocidas por un promedio de 92.2%, sólo 3 puntos abajo del conocimiento con el que ya contaba López Obrador. (Mitofsky, 2011)

La relación de los medios de comunicación con el PRI no es novedosa en tanto su participación y colaboración en la formación de una manera específica de votantes; ambas se han encargado de formar una cultura política y cívica en los ciudadanos que los orientan dentro de sus preferencias políticas. Si bien es destacable que el PRI no perdió influencia dentro de los poderes, si se vio debilitado, de ahí que la intención de poner en ese cargo a un joven que había dado resultados y que se había mantenido fiel a los principios del partido, era elemental para su presencia en las elecciones federales.

El cuidado con el que se planeó la imagen de Peña Nieto recuerda al *backstage* de un espectáculo, con discursos elaborados y una incapacidad de dar solución a cuestionamientos “banqueteros”, el candidato de televisión comenzó su campaña con frases similares a las que utilizó para la campaña y

gobierno del Estado de México. Con la competencia de un líder carismático que ya se había hecho de simpatizantes durante dos sexenios y que presentaba resultados, progresos y el antecedente de una contienda electoral, la estrategia tanto de campaña como de medios tenía que potenciar las virtudes y los valores del candidato que contrastaran con los de los electores.

La elaboración de la imagen y de la campaña de Peña Nieto estaba estructurada en detallados pasos que se siguieron al pie de la letra, de tal manera que, cuando se hablaba de su campaña en ocasiones se hacía alusión a que se trataba de “un títere” por el acartonamiento de sus declaraciones y hasta una manipulación por parte de sus asesores para que las intervenciones no perjudicaran la imagen ya creada, nada comparado con la espontaneidad de Obrador y la improvisación de Vázquez Mota.

La imagen del candidato, que reconoce atributos y los explota, así como busca ocultar los defectos fue motivada por el equipo de campaña a partir del endurecimiento de la visión de “profecía a futuro” en donde Peña ya se asumía en el cargo mucho antes de que hubiera posibles resultados de las votaciones, esto permitía que tanto a confianza en el candidato por sí mismo y de la gente en la estrategia se mantuvieran y ayudaran a mantener los índices altos de aceptación. (Cravioto, 2012: 7)

Las desventajas en la planeación ordenada y en secuencia de la imagen de Peña Nieto así como su conformación impenetrable tuvo que cambiar o modificarse un poco con los diferentes acontecimientos que trataron de transformarla y hasta opacarla: el movimiento #YoSoy132, las acusaciones contra el Grupo Atlacomulco, del que era distinguido miembro así como los errores que tuvo en declaraciones públicas como el no saber tres títulos de libros que había leído, más allá de restarle legitimidad, lo acercaron a un público promedio que se identificaba con sus acciones, la idea del candidato preparado en todo momento impuesta por la escuela calderonista se deja de lado para dar paso a la nueva fórmula del PRI que incluye un carisma natural de la persona y un atractivo físico que lo haga digno de ser imagen pública del partido.

Las elecciones de 2012 fueron el escenario para dar pie a una nueva forma de hacer política que ya no implicaba sólo la batalla mediática y la confrontación, el PRI demostró que no atacaría, sino que seguiría promoviendo su plataforma electoral por todos los medios posibles; caer en los ataques de los contrincantes haría que el PRI regresara a las viejas prácticas. Con la mediatización de la política se genera un nuevo interés en la imagen pública, la estrategia del PRI, innovadora en ese campo permite que EPN explote atributos como la elegancia, el poder y la pulcritud mediante la utilización de trajes costosos, comunicación verbal concisa y discursos concretos y emocionales que atrajeran al electorado de regreso al Revolucionario Institucional

Como marca, la construcción de Peña Nieto como espectáculo lo asimiló a una figura famosa cercana a los electores, sus errores más comunes eran la imposibilidad que aún tenía para dominar los espacios en los que se presentaba y su capacidad de improvisación, rasgos que no mejoraría y que le aportarían carisma a la imagen presidencial cuando obtuvo el triunfo; arma de doble filo ya que en situaciones serias se mostraba informal o con poca sensibilidad.

Reforzar la imagen presidencial se mostró como uno de los objetivos de los estrategas de Peña Nieto, volver a la credibilidad de la presidencia como institución parecía un reto luego de que Calderón dejara los niveles de aprobación y confianza en el sistema bajos. La Encuesta Nacional de Cultura Política muestra que 79% de la ciudadanía se encuentran contra los partidos señalando que estos

actúan bajo sus propios intereses, mientras que 69% se siente decepcionado con la política. Estos datos serían clave para la visión del PRI a futuro.

Sin duda alguna, Peña Nieto, antes y después de su campaña, así como durante su gestión, es uno de los políticos más famosos de México ya que ha sido el personaje con mayor presencia en los medios de comunicación. La *spotización* de la política no cesó a pesar de que el candidato ya hubiera ganado las elecciones; en una suerte de lo que podría ser un gobierno parcial de campaña permanente en el que se necesita que se refuercen los eslóganes y las promesas por medio de los *spots*, el gobierno de Peña siguió haciendo uso de los medios de comunicación otorgando incluso, contactos millonarios y pagos por noticia con tal de ocupar un espacio dentro de los medios de comunicación

Estrategia de campaña

Los momentos estelares en el momento de campaña dejaron de ser el famoso “destape” para dar cabida a lo que implicaba una mayor audiencia, las presentaciones de los candidatos contendientes en los medios, los debates, entornos y conversaciones con periodistas y el día de la elección se posicionaron como los momentos más importantes de las elecciones de 2012. En lo que refiere al PRI, el discurso que construyó para su estrategia de campaña estaba por mucho deslindado de las viejas prácticas del PRI de antes, en tanto que, después de dos sexenios de desencanto político con un partido diferente, la percepción que se tenía de partidos con baja demanda electoral, como lo fue el PRI y su alianza permitió que este se colocara en la cabeza de las preferencias del electorado.

Enrique Peña Nieto, como se ha mencionado con anterioridad, tuvo una amplia cobertura mediática desde que fungió como gobernador del Estado de México, si bien esto le permitió restar esfuerzos a la hora de su candidatura, también hizo cuestionable la naturaleza de esta percepción. Más allá de ser conocido por un discurso distintivo o por la promoción de políticas gubernamentales pertinentes a las necesidades de la sociedad, el interés que se le prestó se fue más hacia sus atributos personales como su imagen física que gran parte del electorado mexicano femenino calificaba de atractivo y a su vida personal como un campo inexplorado de la vida política de los candidatos y como un acto adjunto a la promoción política tradicional.

Como señalar Francisco Reveles (2012: s/p) algo que captó más la atención del público fue su relación con una actriz de Televisa más que su condición de fundador del nuevo proyecto priista que lo rescataba del rezago electoral en el que se había sumido desde el 2000. Con pocos enfrentamientos que implicaran la puesta en duda de la promoción de su candidatura, Peña Nieto se posicionó como uno de los candidatos más populares bajo el eslogan principal de “Te lo firmo, te lo cumplo”, frase que recuperaba de su gobierno en el Estado y que consistía en firmar las promesas de campaña para que éstas no se quedaran sólo en el discurso. Tiempo después, este lema se transformaría a la frase que caracterizó todo su gobierno: “Compromiso con México”

Novedosa fue la estrategia de campaña de Peña Nieto, con una línea delgada que dividía la estrategia de medios y la de campaña y que con descuido podrían confundirse por la presencia del espectáculo que su boda abonó al proceso haciendo de Peña un actor ya no sólo del público electoral sino de aquel que consume revistas *del corazón*, su campaña manejó un discurso amplio y ambiguo con propuestas similares a las de su gestión como gobernador y en las que se destacó su intención de sobreponer al poder Ejecutivo por encima de los otros dos así como restar fuerza al poder legislativo en cuanto a

representación proporcional. (Reveles, 2012). La imagen y planeación de su estrategia basada principalmente en dar la apariencia de ser un candidato fuerte e incapaz de dar batalla en cuanto a los ataques no se modificó durante toda la campaña y, por el contrario, zanjó el tema en varias ocasiones de las manifestaciones que se suscitaban durante la campaña bajo el movimiento de #YoSoy132.

Algo que llama la atención en el discurso priísta es la denominada “democracia de resultados”, en el sentido de darle fuerza a la forma de gobierno mediante políticas “eficaces”, presuntamente para dar bienestar a la sociedad. (Reveles, 2012), la campaña estuvo orientada hacia el fomento de la participación de los ciudadanos sin plantear las maneras específicas en las que esto se llevaría a cabo; si bien en la plataforma electoral que el partido presentó se esbozó una posible sugerencia de realización de consultas, lo cierto es que algunos de los puntos que estuvieron a discusión fueron olvidados a conveniencia por resultar inoperativos para el proyecto de nación que abanderaba el PRI.

Como se ha dicho antes, una de las dificultades en el estudio de la campaña política de Peña Nieto es que ésta se basó en la participación de los medios como fuente mediadora entre la campaña y la población, su aparición constante y sus declaraciones en medios lo mostraban como un candidato sereno y capaz. La manipulación mediática de su imagen se convirtió en un requisito político ante las acusaciones de los universitarios, mismas que no lograron desacreditar su candidatura y que, por el contrario, lo llevaron a reforzar la protección y difusión de su imagen.

Estrategia de medios: La república de Telenovela

Uno de los puntos más sencillos de analizar en la campaña de EPN es la elaboración de la estrategia de medios, misma que todo el tiempo se vio enfocada a promover la imagen del candidato por un lado y los logros de éste. En ese sentido es posible aseverar que, dentro de la estrategia de medios, el mensaje en sí mismo y el producto electoral fue Peña Nieto. Una manera de innovar e la manera de hacer campañas fue precisamente prestar toda la atención al desarrollo del personaje en el espacio mediático con *spots* que hablaban de sus aptitudes políticas y de los valores tradicionales que lo conforman como persona, se hacía alusión a los aspecto tangibles del candidato más allá de la capacidad política para enfrentar dificultades.

Lo que trató de proyectarse a los medios y desde ellos era que Peña Nieto era un político nato, un administrador que podía dirigir al país. De ahí que no se prestara tanto énfasis en las propuestas, pero si en su vida personal y en lo que lo diferenciaba del viejo PRI. El fin de sus apariciones en el espacio público más allá de tratar de generar adeptos, lo que se propuso en un primero momento, fue minimizar la neblina que lo vinculaba todavía con las prácticas clientelares de sus antepasados.

El máximo de la popularidad de Peña Nieto como candidato fue cuando anunció su romance con la actriz Angélica Rivera, quien tenía una trayectoria dentro de la televisora que, a ojos de la oposición, favorecía a este candidato por sobre otros. Este romance insertó la política en el espectáculo completamente y en un acto de no aparente proselitismo, se llevó a cabo la boda del candidato y Rivera, tiempo antes de las elecciones pero que brindó a los espectadores, una historia que seguir durante el tiempo político.

El uso de *star system* como una de las estrategias de la coalición Compromiso por México que no solo se redujo a las noticias contantes de la vida amorosa y familiar de Peña Nieto, fue desplegada por el PVEM, quien tiempo antes de las elecciones había hecho uso de actores y actrices de Televisa

para promocionar sus logros en materia legislativa. En el proceso electoral, este partido aprovechó sus recursos para posicionarse en revistas como *TV Notas* y *TV Novelas* por mencionar las de más tiraje a través de páginas completas que dejaban ver a los personajes promoviendo las propuestas de este partido que se encontraba en coalición con Peña Nieto. El doble ataque mediático y la publicidad en medios no políticos como este tipo de revistas pone en evidencia lo que después sería motivo de acusación, la invasión mediática por parte de una sola fuerza política en todos los medios posibles.

El movimiento #YoSoy132 y la demanda de menos exposición mediática

El enfoque personal que tomó la campaña de Peña Nieto luego del anuncio de su relación con la actriz de Televisa modificó la estrategia a seguir por parte del partido. La subordinación que se mostró de la campaña hacia los medios de comunicación provocó que, en el desarrollo de la campaña surgiera uno de los movimientos más importantes del proceso electoral, el #YoSoy132.

Como señala Esteinou (2013: 105) este periodo de la historia de la joven democracia mexicana, ya desgastada por el ejercicio del PAN en los sexenios previos, mostró un debilitamiento también del carácter ciudadano de los medios de comunicación que siempre han servido al ocupante de la silla presidencial. De tal manera que el monopolio mediático se encargó de posicionar al candidato de conveniencia marcando un hito en el desarrollo de la comunicación política mexicana.

La técnica de sabotaje hacia el candidato puntero no estuvo ausente en esta campaña, como se ha mencionado con anterioridad, de tal manera que la operación de los medios estuvo enfocada a invisibilizar la presencia de otros candidatos y dar prioridad a la figura priísta. La alianza del monopolio mediático con el partido tenía el fijo interés de volver a las viejas dinámicas que beneficiaban a los consorcios con contratos millonarios sin importar el bienestar de la democracia.

El ascenso de lo de que se construyó como “el nuevo PRI”, fue determinante en el auge y definición de la existencia de una democracia de audiencias, liderada por los medios de comunicación en donde, además de sobreponer los medios, el escándalo y la propaganda, la publicidad electoral y la estrategia de mercadotecnia política dominaron el proceso de concientización ciudadana.

La campaña de 2012 puso en evidencia el poder de los medios y el auge de la *telepolítica*, con reglas y dinámicas relacionadas al espectáculo y la obtención de rating sin prestar atención a los grandes problemas nacionales, la inversión que se hizo tanto por parte de autoridades electorales como por los candidatos a la representación dejó de lado el interés popular de la política.

Fue esta condición lo que provocó que, a inicios de la campaña y una vez detectada la estrategia, las manifestaciones como el #YoSoy132 se hicieron presentes con el objetivo de hacer público el desacuerdo que se tenía con la forma de ejercer el poder desde sexenios anteriores y más específicamente con la manera en la que se estaban llevando a cabo este proceso electoral.

Con la demanda de transparencia y un proceso electoral justo y no cristalizado, el movimiento de carácter estudiantil puso en evidencia el interés de los partidos políticos como el PRI y de los medios para hacer que este candidato ganara. Este periodo de la historia de México, conocido como la “Primavera Mexicana” (Esteinou, J. 2013: 115) dio inicio con la presentación pública del candidato priísta en la Universidad Iberoamericana el 14 de mayo de 2012.

El motivo de la efervescencia digital (ya que el movimiento se desarrolló mayormente en redes sociales y sitios web) se debía a la desacreditación que habían tenido sus demandas durante la presentación del candidato en sus instalaciones. Protegido por sus escoltas, sin la solicitud de una audiencia realmente estudiantil y más bien como una presentación a otros afiliados del partido, la presentación de Peña Nieto en la universidad fue objeto de protestas y críticas que fueron tildadas como actos de grupos de choque ajenos al cuerpo estudiantil.

A partir de estas declaraciones, hechas por personajes miembros de la campaña de Peña Nieto, la organización estudiantil llevó a que, en primer lugar, el candidato abandonara las instalaciones del plantel y por otro que se difundiera en redes un vídeo conocido como *Yo Soy 131* en donde alumnos mostraban sus nombres, credenciales y números de cuenta para desacreditar las afirmaciones dichas por los asistentes del entonces candidato del PRI.

El movimiento se volvió un estandarte de la exigencia democrática de elecciones imparciales y de la regulación de la forma en la que la prensa presentaba las candidaturas. Con apoyo de otras universidades y personajes, además de la Universidad Iberoamericana donde surgió el descontento, el nacimiento formal de lo que fue el movimiento #YoSoy132 consistió en el apoyo y difusión simultáneo de otras voces externas al alumnado de la Iberoamericana que manifestaban su apoyo y reprobaban las declaraciones que se habían hecho de un movimiento legítimo.

Las manifestaciones que le precedieron al video difundido estuvieron compuestas por diferentes vertientes que coincidían con las demandas de los jóvenes. Las frases que se emitían señalaban la participación del monopolio mediático en la construcción de una democracia de telenovela a través de la “idiotización” de los ciudadanos.

El movimiento no sólo se centró en las universidades, sino que impactó en las preferencias electorales y en el manejo de los discursos de las candidaturas. De tal manera que, con el surgimiento y potenciación de esta movilización, incluso el contendiente más fuerte en estas elecciones, López Obrador, se mostraba optimista ante las movilizaciones que destacó como el despertar de la ciudadanía.

El impacto del movimiento era notorio en las encuestas, donde las preferencias electorales de los jóvenes con escolaridad universitaria se orillaban a los partidos de izquierda y no al candidato predilecto de los medios de comunicación. En ese sentido, era perceptible que la candidata Vázquez Mota caía en la preferencia, mientras que Peña Nieto mostraba una preferencia de 30% y López Obrador de 35% (Figueiras, L. 2012: 61)

A lo largo de lo que se constituyó como un movimiento de presión contra las prácticas adoptadas por las lógicas priístas, el movimiento interuniversitario exigía los siguientes puntos:

1. Democratizar los medios de comunicación
2. Que el gobierno garantice el uso masivo de internet
3. Creación de la figura del Omudsman o de representante del ciudadano en los medios
4. Transparentar los códigos de ética de los medios
5. Protección a periodistas
6. Apertura informativa en la televisión abierta
7. Cadena nacional para el segundo debate (Figueiras, L. 2012: 68)

Estas demandas estaban del todo justificadas y una de las más rígidas era que concernía al otorgamiento de un espacio para el segundo debate presidencial. Esto, luego de que se antepusiera el interés de la audiencia por encima de la importancia de estos encuentros en el fomento de la democracia.

El movimiento #YoSoy132 se consolidó en su conformación como una agrupación a favor del cambio de la vida pública mediante la incentivación de la democracia a través de la promoción del voto útil, libre, informado y sin mediaciones manipuladas de las televisoras en particular y los medios de comunicación en general.

- *Sobre los spots y los eslóganes: volver a lo seguro*

Una de las estrategias que más le funcionó a la coalición Compromiso por México fue la de retomar algunas de las frases que habían convencido a la sociedad en la campaña y gobierno de Peña para el Estado de México, con una variante ligera, dos de las frases que siempre estuvieron presentes fueron: cambio y compromiso, mismas palabras que se leían en la mayoría de los recursos propagandísticos del partido. La invasión de todo el espacio visual con propaganda priista no cesaba sólo en el ámbito televisivo y radiofónico, las prácticas clientelares hechas a discreción que después fueron desmentidas e ignoradas por el IFE formaron parte del día a día de la campaña.

El voto se intercambiaba por cubetas, delantales, cilindros, camisetas, costales de cemento, tinacos, etc. (Figueiras, L. 2012: 196), a su vez se hacían entregas de apoyos en vales electrónicos canjeables en tiendas Soriana. La denuncia sobre esta práctica, traducida en compra de votos que se habían otorgado a grupos de representación jerárquica que incluía a representantes de casilla fue disuelta por el IFE por falta de inconsistencias.

Sobre esta denuncia, los documentos probatorios en los que la Coalición Movimiento Progresista apoyó a Acción Nacional señalaron un exceso de gasto mayor al designado por el IFE en la realización de la campaña, motivo por el cual, no sólo se ponía en duda la capacidad reguladora de la institución sino la vuelta a las viejas prácticas del PRI en materia de uso discrecional de fondos y recaudaciones empresariales.



20Fuente: elaboración propia con datos de "Gastos excesivos en campaña electoral y aportaciones de empresas mexicanas de carácter mercantil. III. UNAM

Si bien, como se mencionó en capítulos anteriores, una de las tradicionales prácticas del PRI a lo largo de los años fue su eficaz sistema de compra de votos a cambio de favores políticos o de remuneraciones inmediatas, la campaña de Peña no se había visto opacada por la denuncia emitida

por Acción Nacional a pesar de haberse comprado operaciones irregulares de la institución respecto a ese tipo de apoyos. La posición de Peña estaba tan arraigada y superaba por varios puntos a sus adversarios que, lo que se percibía como una práctica que violentaba la Ley Electoral, fue ignorada.

Los gastos que se señalaron en la queja hacia el IFE correspondían a gastos de propaganda física implementada en bardas, mantas, volantes o pancartas que permanecían en la vía pública, el gasto también fue dirigido a renta de equipo para eventos políticos y anuncios espectaculares en beneficio de los candidatos, a gastos operativos de campaña referentes a sueldos y salarios de personal relacionado con la realización de la campaña, a gastos de propaganda en medios impresos y en gastos de producción de mensajes para radio y televisión.

La queja de las dos fuerzas políticas contrarias al PRI fue ignorada con el riesgo de violentar el artículo 77 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en el que se prohibía a los partidos políticos recibir apoyo adicional del presupuesto dado por el IFE. (S/A. 2012: 972)

- *Los debates y las entrevistas: el escrutinio público y los medios de comunicación*

Una buena parte de las acciones políticas que se llevaron a cabo en el proceso electoral de 2012 estuvieron televisadas ya que, la información correspondía a entrevistas organizadas por los mismos medios de comunicación. En varias ocasiones, medios de comunicación, en especial de Grupo Televisa, presentó a los precandidatos y candidatos posteriormente. Una de las participaciones más decisivas y que incrementaron el *rating* de la televisora fue la presentación paulatina que el grupo de comentaristas del programa *Tercer Grado* planearon con cada uno de los candidatos a la presidencia. En este programa se encargaban de hacer cuestionar muchas de las acciones y propuestas de los candidatos. En el caso de Peña Nieto, fue el quien mejor crítica recibió, señalando que el objetivo del candidato del partido tricolor tenía claro el rumbo de su campaña y no había errado en declaraciones sobre los ataques que sufría en las manifestaciones.

La estrategia de medios estaba clara para Peña, el mensaje se repetiría una y otra vez, los logros, su imagen, las promesas, el cambio y el compromiso con el cambio. La campaña era recurrente en lo que refiere a la forma de comunicar los objetivos, siempre haciendo uso de las mismas palabras y con una ligera transformación en el tono del candidato entre promocionales.

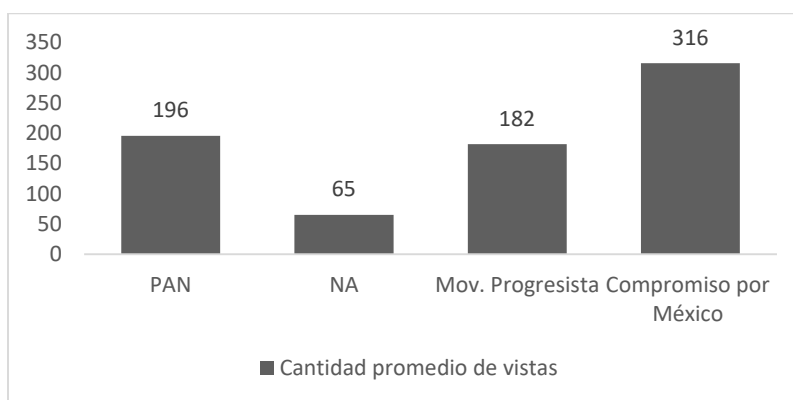
En un análisis de 45 composiciones de Peña Nieto, se puede percibir que su intención, como lo había sido en procesos electorales anteriores, no era el ataque sino la reafirmación de sus propuestas mediante *spots* en los que mantenía un tono optimista y configurado a modo de resaltar las virtudes de los lugares en los que se desarrollaban y promover la manera en la que daría solución a los aspectos negativos que se manifestaban.

Tipos de spots televisivos	En % (Total de spots analizados N= 45)
Positivos	37 spots 82.2%
Negativos	3 spots 6.6%
De contraste	5 spots 11.1%

21Fuente: Mazo, La campaña Presidencial de Enrique Peña Nieto vista desde sus spots.

El total de spots negativos que hubo por parte de todos los contendientes sumó 12,186, equivalentes a 17.3\$ del total de productos emitidos durante los 90 días de la elección, este tipo de publicidad, según datos de Delphos alcanzó en su mayoría a los jóvenes de 18 años cumplidos quienes representan un 95.7% del universo estimado de electores. La guerra política mediática no fue un rubro positivo en estas elecciones como lo fue en 2006, el impacto que tuvo en las preferencias electorales fue casi nulo en tanto que la saturación que se dio no motivó a los electores a cambiar de identidad partidista o fortalecer su voto.

El impacto de los spots en el desarrollo de las encuestas muestra que la sobreexposición mediática de los candidatos en los medios de comunicación provocó un desinterés paulatino. En ese sentido, con el nuevo modelo que se estableció bajo la regulación del IFE y la distribución que este hizo de los tiempos oficiales entre los contendientes hubo un incremento en la spotización de la política en tanto que cada partido contó con un total de 70,000 spots para 10 canales de televisión y que representa el 85% de la audiencia, el registro en comparación con los datos de 2006 muestra una diferencia de 60 mil spots.



22Fuente: elaboración propia con datos de Delphos 2012.

El contraste de las propuestas y realidad: donde la campaña mediática se termina y comienza una segunda crisis de representación

Seguridad

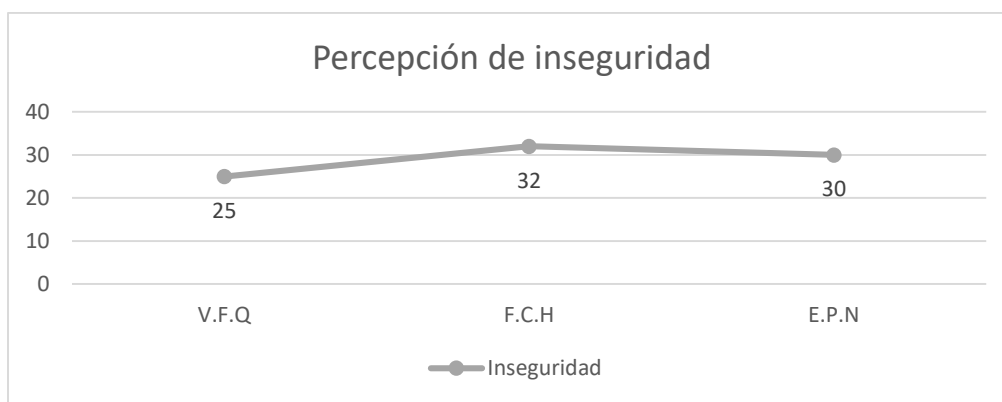
Una de las preocupaciones surgidas ante de la salida de Felipe Calderón estuvo relacionada con el manejo de la inseguridad en el país, las expectativas que se tenían sobre el combate a la corrupción eran del 16%, esta medida terminó siendo para finales del sexenio, una de las que tuvieron mayor reprobación con 79.1% (Mitofsky, 2018). Ante la realidad que experimentaba el país en 2012, el candidato del PRI propuso lo siguiente:

1. Nuevo modelo de formación y profesionalización policial, con academias regionales para entrenar técnicamente a los policías de todos los niveles de gobierno.
2. Disminuir al menos en 50% la tasa de homicidios y de secuestros, y reducir las extorsiones y la trata de personas.
3. Creación de Estrategia Nacional para Reducir la Violencia
4. Garantizar seguridad y acceso a la justicia de los mexicanos

5. Reconstruir el tejido social de los municipios con mayor criminalidad
6. Construir una verdadera política transexenal con un respaldo presupuestal.

Para este año, a percepción de inseguridad según la ENVIPE de 2012 estaba en 57.2% del total de los encuestados, la inseguridad por entidad se dividía en 31.1 que consideraba su entidad segura contra 66.6% que la consideraban insegura.

El plan de EPN para hacer funcionar su estrategia contra la inseguridad fue criticado después por no funcionar. La percepción en este rubro aumentó considerablemente desde el gobierno de Fox hasta el de Peña con una diferencia de 2 puntos respecto al cierre de evaluación en este rubro en el gobierno de Calderón.



23 Fuente: elaboración propia con datos de Mitofsky. Año 2018. Evaluación final de gobierno Enrique Peña Nieto

La inseguridad, junto con el desempleo se sitúan como dos de las preocupaciones recurrentes a la salida de Calderón y a la entrada de Calderón, la encuesta de Mitofsky señala que, en lo que refiere a la mejoría de la situación de seguridad, 44.4% de los encuestados consideran que se quedará igual, mientras que 25% cree que empeorará. Las medidas en materia de combate a la inseguridad son insuficientes en tanto que el problema además de ser administrativo y de si ser necesaria la especialización de las fuerzas policiacas, se requiere establecer lineamientos para la misma que dejen de violentar los derechos humanos de la sociedad.

La contradicción de las propuestas de Peña en este rubro sale a la luz una vez que se le recrimina el caso Atenco, Tlatlaya y Ayotzinapa en donde estuvieron implicados los aparatos represivos a los que tato se ha buscado defender. Si bien, algunas de sus propuestas son innovadoras como la Estrategia para Reducir la Violencia, el saldo total al finalizar su sexenio demuestra que estas políticas fueron implementadas a medias y dejaban una herencia de un incremento de 5 puntos al gobierno entrante en 2018.

Sobre este mismo rubro, según la percepción de los ciudadanos, de las peores cosas que hizo el presidente en su cargo fue el incremento a la inseguridad con representación de 4.0% por debajo del gasolinazo y las reformas estructurales

Los priistas reconocieron las acciones panistas. Aunque señalaron que se debía replantear la estrategia de combate al narcotráfico, el candidato presidencial en general suscribió las acciones del gobierno de Calderón. Era difícil proponer alternativas, pues pesaba la acusación del panismo de que los

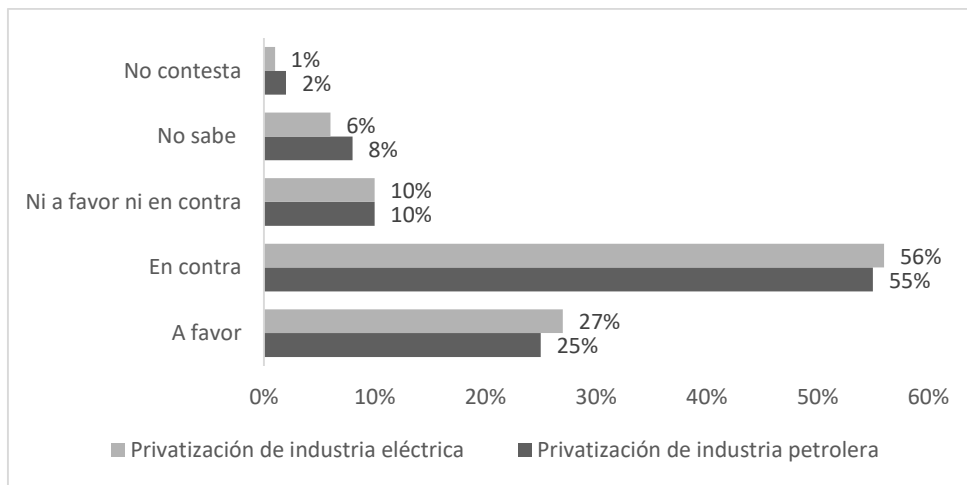
gobernantes del pasado habían tolerado a los narcos, con el consecuente incremento de su poder. Una de las críticas recurrentes del gobierno panista fue que, de ganar el PRI en el 2012, el nuevo gobierno estaría dispuesto a negociar con los cárteles de la droga, como ocurría antaño. Los priístas no atinaron más que a rechazar esta versión, sin ofrecer alternativas concisas. (Reveles, 2012)

Economía

La realidad respecto al desempeño del gobierno en curso sobre el aspecto económico estaba evaluada de manera negativa, 78% de los encuestados señalaban que para el cierre del sexenio de Calderón la situación económica era peor mientras que sólo un 20% la evaluaban de manera positiva. Del porcentaje que consideraba que estaba cada vez peor, 51% opinó que se encontraba en crisis para el final del sexenio, ante estas cifras, las propuestas de Peña Nieto fueron:

1. Reactivar el campo, impulsar nuestra vocación turística y rediseñar una nueva política industrial, objetivo de crecimiento: 6% anual
2. PEMEX impulsará a México como una potencia energética, apuntar a su privatización
3. Mayor inversión en capital humano, en ciencia y en tecnología
4. Estrategia de comercio exterior para competir con China e India, reforma fiscal integral

Una de las peores decisiones, según cifras de evaluación de salida de gobierno fue el gasolinazo. Claramente en las propuestas económicas, la tendencia de desarrollo más allá de ser de carácter social se trata de una actividad que beneficiará a las grandes empresas. Pese a las cifras de inconformidad con las cifras sobre la participación del capital privado en inversiones de energía, la plataforma electoral de Peña Nieto hizo énfasis, a través de sus compromisos en permitir que dentro de la industria petrolera se insertara la participación privada.



24Fuente: elaboración propia con datos de Parametría Encuesta Nacional de Vivienda 2008

En este sentido, un 77% de la población encuestada, reprueba las medidas tomadas por Peña en materia de mejoramiento de la economía, si bien este número es menor a las cifras en el gobierno de Calderón por un punto, sigue siendo uno de los problemas más consistentes en la sociedad y al que se le ha puesto interés parcial. Las expectativas ciudadanas que se establecían a partir de la consideración de EPN como candidato electo mostraba que, al llegar al cargo, una de las prioridades sería mejorar la economía (3.3%) y que al final, esta se convertiría en una de las principales

preocupaciones del gobierno (14.8%), cosa que no sucedió ya que se le dio más relevancia a la implementación de algunas reformas estructurales como la hacendaria, educativa y energética.

Empleo

En materia de empleo, el cierre del sexenio se registró con una fuerte tendencia negativa en tanto que se ubicaba entre los primeros tres problemas que más aquejaban a sociedad. De una percepción inicial de 16.9%, el incremento para finales del sexenio de Calderón fue de 0.6% con un total de 21.4%. uno de los aspectos positivos dentro de lo económico es un descenso de la percepción negativa a 11% pero con el mantenimiento de uno de los problemas más recurrentes; ante esta situación, el PRI propone:

1. Incorporar al sector formal a quienes laboran en la informalidad
2. Reforma legal laboral con respeto a los derechos de los trabajadores
3. Regulación para definir esquemas de contratación laboral
4. Seguro de Desempleo Temporal para quienes pierdan su trabajo y estén buscando uno nuevo
5. Créditos de la Banca de Desarrollo para mujeres emprendedoras
6. Construcción y Operación del Centro Nacional de Investigación y Certificación de Materiales Compuestos para la Industria Aeronáutica
7. Fortalecer la conectividad aérea, marítima y ferroviaria del país para acelerar el crecimiento del Turismo
8. Crear el Instituto Nacional del Emprendedor para el crédito, formación y capacitación de los emprendedores.
9. Crear el Consejo Nacional Consultivo para el Crecimiento Económico y el Empleo de México.
10. Legislación para apoyar a jóvenes y a mujeres.
11. Becas para el trabajo a personas desempleadas, mujeres, indígenas y jóvenes

APROBACIÓN POR ÁREAS DE GOBIERNO				
SÓLO % "MUCHO/BASTANTE TRABAJO"	DIC 2012	NOV 2015	NOV 2018	VARIACIÓN FINAL VS INICIAL
	EXPECTATIVA INICIAL	A MITAD DEL SEXENIO	AL FINAL DEL SEXENIO	
Mejorar la educación pública	49.0	27.9	19.3	-29.7
Mejorar la atención a la salud	51.7	25.0	17.3	-34.4
Aumentar las inversiones	45.8	25.2	17.2	-28.6
Fortalecer la democracia	40.1	24.2	16.8	-23.3
Crear empleos	48.3	23.6	16.1	-32.2

25Fuente: Consulta Mitofsky 2018. Evaluación de Peña Nieto

Como es perceptible, una de las acciones con mayor pérdida en el índice de aprobación fue la creación de empleo que para el sexenio de Calderón registraba un comportamiento irregular crecimiento y decrecimiento constante. Si bien la expectativa sobre las acciones de gobierno estaba alta, el empleo no fue uno de los fuertes en el gobierno. Nuevamente, el largo listado de propuestas quedaba en deuda desde hace tres sexenios seguidos. La priorización de los asuntos relacionados con el crecimiento empresarial y el incremento de los ingresos relacionados con el progreso económico por encima de los social, colocaron la escasa aprobación de las ayudas sociales en tan sólo un 1.4% de aprobación.

Educación

Una de las acciones que se aplaude a Peña Nieto fue el impulso de la reforma educativa según cifras de Mitofsky, esta reforma se convertiría en un suceso polémico que desataría la inconformidad del sector magisterial y con ello las movilizaciones contra el sistema de evaluación con poco fundamento que pretendía aplicar el gobierno. Las medidas a favor de la educación en México por parte del PRI fueron las siguientes:

1. Escuelas dignas: luz, agua, baños, mobiliario, equipo e instalaciones en buen estado para las escuelas de todas las comunidades indígenas del país.
2. Alcanzar la cobertura universal en Educación Media Superior (EMS).
3. Inglés en educación pública básica, educación financiera y ambiental.
4. Más jóvenes en la universidad: aumentar al menos a 45% la cobertura en Educación Superior.
5. Implementar Escuelas de Tiempo Completo en todo el país, en donde se dará de comer a los alumnos y se ampliarán sus oportunidades de aprendizaje y desarrollo.
6. Atención a capacidades especiales y sobresalientes.
7. Revisar estructura de la Secretaría de Educación Pública y evaluación de profesores.
8. Resolver las desigualdades que prevalecen en el sistema educativo.
9. Coordinar el sector educativo con el productivo

Las propuestas no representan los intereses reales de la ciudadanía en tanto que las medidas, un tanto coercitivas en lo que corresponde a la evaluación de profesores de manera arbitraria no van más allá de retomar muchas de las promesas hechas por el gobierno de Calderón en 2006 y que quedaron inconclusas. Las propuestas que se hacen dentro de este ámbito tienen el problema de ser inconclusas en la forma en la que se van a desarrollar cada una de las propuestas, por ejemplo, la reconversión de algunas escuelas a escuelas de tiempo completo.

La crisis de representación de los gobiernos una vez han fungido es más notoria. Si bien el sistema educativo necesitaba reformarse para seguir funcionando como toda institución que se desenvuelve en un contexto de continua transformación, las propuestas que caracterizaron el gobierno de las reformas eran pretensivas en tanto que la implementación requería en un primer momento, igualar las oportunidades de acceso a esta. La famosa reforma educativa que fue víctima de críticas y de manifestaciones no por lo que implicaba sino por las acciones que se habían tomado en su nombre como el despido injustificado de docentes, fue una de las promesas que fueron imposibles de cumplir. El interés que se puso en este rubro fue nulo en cuanto a mejora en la calidad de esta por lo que es una de las principales razones por las que fue juzgada, junto con la reforma energética.

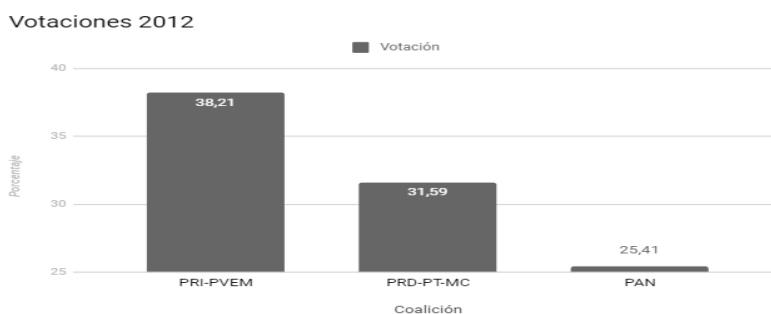
Con pocas metas alcanzadas y logros deficientes, el cambio que había sido promesa para cambiar el rumbo de México en el sexenio de Peña falló y terminó por convertirse en una cacería de docentes por medio del Nuevo Modelo Educativo que abanderaba la evaluación de docentes de manera azarosa y con la justificación que se hacía por el bien de los estudiantes, el progreso no era notorio y los recursos que se habían destinado para el fin de los programas que había planteado el presidente tenían destinos desconocidos (Forbes, 2018) y sobre estimulados. Se prestaba mayor atención a la promoción del programa con recursos distribuidos entre Aurelio Nuño (\$1,687 mdp) y el SNTE (más de 500 mdp) de mejora en la educación que de la implementación en sí misma.

“Mover a México” la nueva representación del PRI en las urnas

La participación ciudadana es una pieza clave en la vida de una democracia representativa, es el debate que señala el papel esencial de una elección periódica de sus representantes. Con respecto a los anteriores gobiernos democráticos, ha disminuido la tasa de participación preelectoral, cuya pendiente se ha convertido en el centro de atención, tanto de las instituciones políticas que consideran al hecho como elemento negativo para la estabilidad y legitimidad a la democracia; problema que existe una posible desafección que desata factores como: falta de confianza en las instituciones y la tendencia a reivindicar el individualismo.

El 7 de octubre de 2011 dio inicio el tercer periodo electoral federal del siglo XXI de acuerdo con el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales donde se hicieron partícipes los tres principales partidos políticos donde dos estuvieron en coalición y el Partido Acción Nacional se abstuvo de alianzas. La campaña permanente de López Obrador lo llevó a la contienda nuevamente. Estas elecciones se llevaron a la par que los comicios por diputados federales y senadores.

Las encuestas de *Parametría* en enero, *Poll of polls* y *Mitofsky* en marzo y *Reforma* en mayo, mostraban a Enrique Peña Nieto como el ganador, se mantuvo en la mayoría de las encuestas hasta que se vio bajo amenaza cuando Andrés Manuel López Obrador alcanzó el segundo lugar después del primer debate.

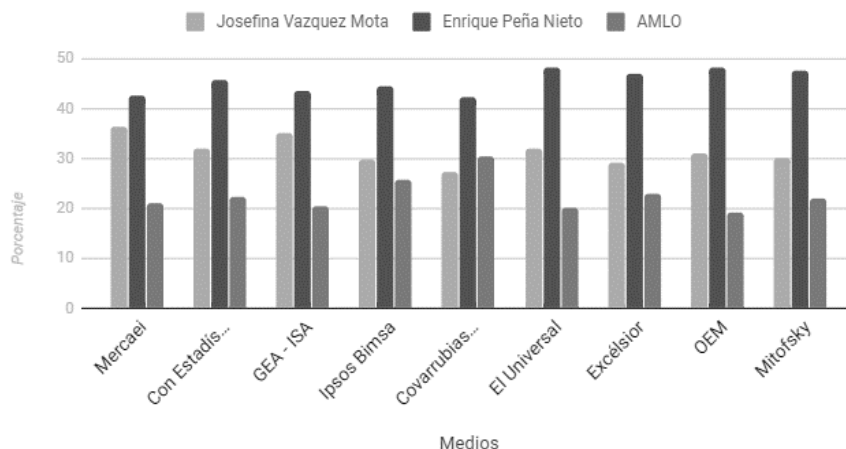


26Fuente: elaboración propia con datos de varias encuestas

La gráfica anterior muestra el porcentaje de votación donde puede observarse la dominancia del PRI en los comicios, sin embargo el promedio sacado *por Poll of Polls* hasta marzo de 2012 tiene un acomodo distinto en cuanto a competencia y preferencia electoral dejando en último lugar a Andrés Manuel López Obrador, la campaña permanente ya no estaba funcionando y el pueblo mexicano necesitaba de un cambio, a partir de las nuevas la regresión hacia el gobierno “seguro” que había tenido México durante años se vio reflejada en la entrada del PRI a Los Pinos nuevamente.

Competencia General en Candidatos

Marzo 2012



27Fuente: elaboración propia con datos de opinaméxico.org

La implicación de los medios tradicionales de comunicación en las campañas y el uso de las redes sociales como una nueva forma de llegar al votante trajo consigo tanto la necesidad de hacer cálculos constantes en lo que respecta a las encuestas como la participación de un segmento de la población que estaba siendo ignorada por los medios comunes: los internautas.

En lo que compete a las elecciones presidenciales del 2012 en México registraron un repunte en la tasa de participación electoral del 63.08%, es decir, se trató del reflejo de los 50 millones, 143 mil, 616 votos totales de los 79 millones, 942 mil, 286 personas -en ese entonces- registradas en el padrón electoral. Para estas elecciones se le otorgó el registro a 66 mil, 526 secciones, distribuidas en 143 mil, 132 casillas alrededor de las 32 entidades federativas del país.

Éste alto porcentaje de participación es el segundo registrado en los históricos electorales y puede deberse a una nueva generación de votantes jóvenes en el proceso electoral que se interesaron por emitir su voto y ser partícipes del proceso electoral como funcionarios de casilla y representantes de partidos

La fiabilidad del Instituto Federal Electoral como una instancia con características como la imparcialidad y la transparencia así como la justicia estaba pendiente de un hilo luego de los resultados de las elecciones de 2006, por tanto este proceso fue vigilado por 51 países de los cuales vinieron expertos como observadores electorales, 14 representantes de instituciones promotoras de la democracia más los 30,000 observadores locales, un millón de funcionarios de casilla y 2 millones de representantes de partido, en este sentido se tiene que fue la elección más vigilada en la historia de México con el fin de velar por el respeto a la democracia y como una forma de validar la credibilidad institucional y recuperar la confianza perdida tras las elecciones de 2006.

De acuerdo con las estadísticas de los Resultados Nacionales y por entidad Federativa, emitidos por el IFE -actualmente INE-, las dos entidades federativas que presentaron una mayor participación electoral durante las elecciones federales del 2012 fueron : Yucatán con 1 millón , 051 mil , 209

votos efectivos, lo que representó un 77.42% de la participación electoral de la zona, y Tabasco con 1 millón, 090 mil, 902 votos efectivos, cuyo porcentaje representó el 71.28 % de la participación electoral de este espacio geográfico.

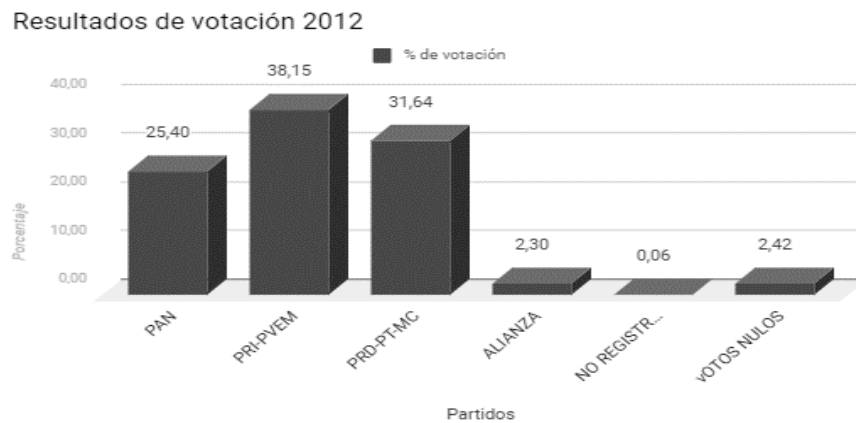
Cabe resaltar que el Estado de Yucatán ha mantenido una participación electoral activa, al encontrarse por arriba del promedio en cuya participación electoral el Partido Acción Nacional ha sido constante, durante este y el anterior sexenio, aumentando 10.81 %. Seguido del 3.8% de crecimiento de participación electoral que ha registrado Tabasco durante estos dos sexenios, con una constante inclinación por el Partido de la Revolución Democrática

Durante este proceso electoral, hubo siete partidos políticos registrados, y cuatro candidatos para la Presidencia de la República - Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM), Andrés Manuel López Obrador (PRD-PT-Movimiento Ciudadano), Josefina Vázquez Mota (PAN) y Gabriel Quadri de la Torre (Panal).

Antes de que el resultado final de los comicios se diera a conocer de manera formal, fue el preliminar del PREP con un conteo de 98.95% de las actas, lo que arrojó un acercamiento a la realidad que se esperaba: el triunfo de Enrique Peña Nieto sobre el segundo candidato Andrés Manuel López Obrador.

El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) declaró válidos los comicios del 1 de julio, entregando a Enrique Peña Nieto la constancia que lo acreditó como Presidente electo de México. El cómputo final del sufragio presidencial quedó con 50 millones 143 mil 616 votos, de los cuales el candidato por la coalición PRI-PVEM obtuvo 18,27,398 (38.15%) votos efectivos.

Resultados seguidos por la coalición Movimiento Progresista (PRD-PT-Movimiento Ciudadano) con el candidato Andrés Manuel López Obrador a la cabeza, logró 15 millones, 535 mil 117 (31.64%) votos, mientras que la candidata representante del Partido Acción Nacional Josefina Vázquez Mota tuvo 12 millones 473 mil 106 (25.40%) y Gabriel Quadri, del Panal, 1 millón 129 mil 108 (2.30%) votos, la representación es la siguiente



28Fuente: elaboración propia con datos históricos de IFE

Las elecciones en el extranjero contradijeron completamente los resultados contabilizados aquí dando como opción ganadora a la candidata del PAN (con 42.17%) y como segunda opción a Andrés Manuel López Obrador (con 39%). En este sentido la percepción de los residentes en el extranjero puede considerarse más conservadora gracias a los principios que sigue el partido ganador en este rubro o, por el contrario, puede verse que, para los extranjeros, la eficacia del gobierno anterior fue óptima y por tanto el partido debe mantenerse en el poder. A partir de estos resultados no sólo se revela la diferenciación entre los valores y las identidades formadas según el contexto que rodea el proceso electoral, sino que da cuenta de los diferentes cleavages que se dan según los posicionamientos económicos y sociales.

Enrique Peña Nieto en su primer discurso declaró que, México tendría una Presidencia moderna, responsable, abierta a la crítica tomando en cuenta a todos los mexicanos. Los levantamientos que hubo tras la confirmación de la victoria el seis de julio fueron orquestados por el movimiento de estudiantes de la Universidad Iberoamericana y demás jóvenes, personajes públicos (star system) y colectivos a favor del candidato López Obrador y por el mismo candidato quien se rehusó a aceptar los resultados oficiales levantando un juicio de inconformidad “tumbando” nuevamente la credibilidad de la que se estaba haciendo la institución.

Bajo esta premisa, podría asegurar que si bien la confianza en las instituciones como los partidos políticos, la Presidencia e incluso el mismo órgano encargado de contabilizar los votos el INE se fue a la deriva nuevamente, la implicación de los jóvenes en estas revueltas originó un nuevo sector que hasta las recientes encuestas mantienen la postura sobre la falta de confianza en las instituciones (ENCUP,2015) pero siguen pensando que la participación electoral es la única forma segura que les resta para poder ejercer nimias presiones y demandas hacia la sociedad.

La insistencia del candidato opositor por confirmar definitivamente su pérdida ha traído consigo no sólo una crisis de representatividad en el sentido de que el votante medio ya no encuentra alternativas hacia las cuales orillarse más que el abstencionismo sino una crisis institucional que pone en cuestión incluso la capacidad de gobernanza y el régimen democrático en el que se encuentra el país.

3. *“La mafia del poder”: los dos gobiernos que dejaron a México en la quiebra*

La paradoja de los altos niveles de participación y de desconfianza electoral como producto de los factores socioeconómicos y demográficos en las elecciones presidenciales de 2006 y 2012

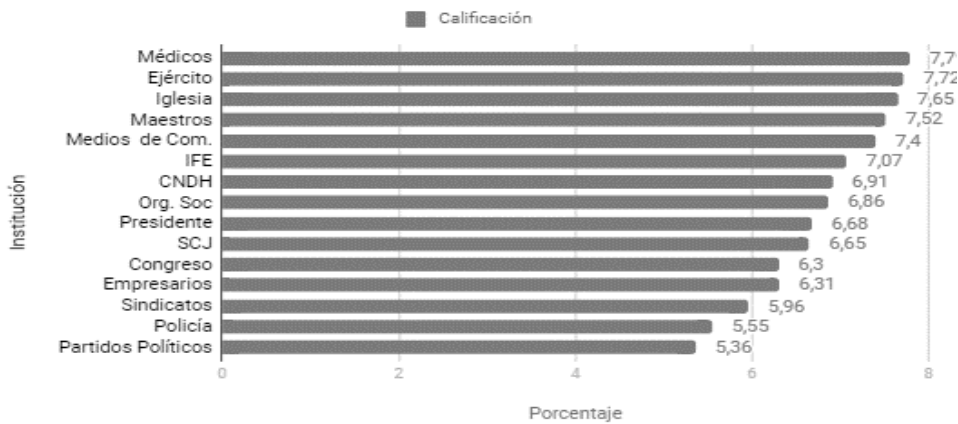
Se puede decir que, en efecto, son los factores sociales, económicos y demográficos los principales indicadores que dan explicación al incremento de la votación como una herramienta de expresión ante las evaluaciones de los gobiernos y sus resultados, mismos que han ocasionado la desconfianza institucional dada la ineficacia a la hora de solventar algunas de las demandas más importantes de la ciudadanía como lo son el aumento del salario y de las oportunidades de empleo. En este sentido, la relación que existe entre los altos porcentajes de votación y de desconfianza está más bien relacionado en una suerte de exigencia a través del primero para mejorar el segundo.

El incremento de la desconfianza electoral registrado por las ENCUP de 2003, 2005 y 2012 muestran claramente cómo es que estos niveles han ido en picada a la par de que las situaciones contextuales de los ciudadanos se van transformando según las preferencias partidistas, en este sentido, los niveles

de educación en la participación electoral delimitan el ejercicio y la evaluación de los gobiernos y con ello las medidas que el sucesor va a tomar hacia las nuevas demandas de la ciudadanía.

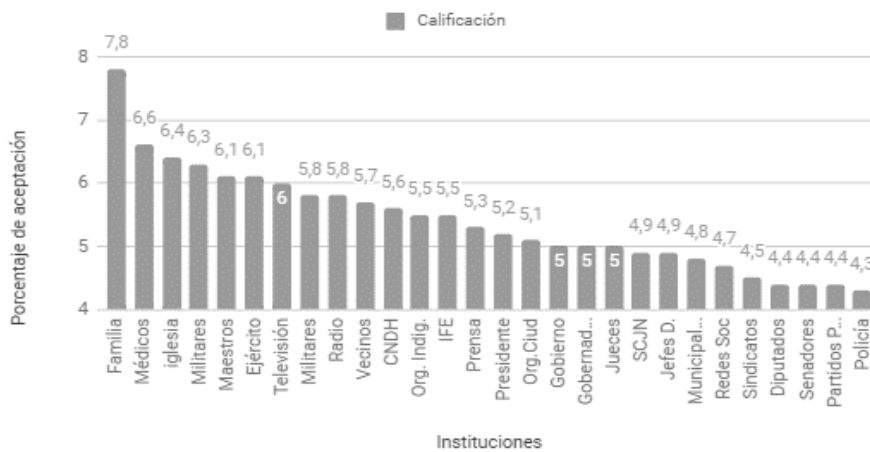
Las siguientes gráficas corresponden a la calificación que la ciudadanía otorga a las instituciones que según el muestreo de ENCUP representan a las instituciones de mayor importancia e identificación además de influyentes en la participación electoral.

Confianza Institucional 2006



29Fuente: elaboración propia con datos de ENCUP 2005

Confianza Institucional 2012



30Fuente: elaboración propia con datos de ENCUP 2012

Son muchas las diferencias que se observan en las dos gráficas, desde el cuestionario mismo hasta los indicadores que contempla, a este respecto es importante destacar que la familia no representa en las elecciones de 2006 una instancia importante, cosa que cambia en 2012. La crisis de la representatividad que siente el electorado en esta relación de gobernados con gobernantes y que a su vez originan el cambio de elección de partido como puede verse en la segmentación geográfica de los resultados de votación por un partido de ideales contrarios es producto relacionado directamente con

la desconfianza institucional que los votantes sienten hacia los partidos, sus integrantes y los posibles funcionarios públicos que estén dentro de la política.

Como el electorado mexicano asume que no sabe o entiende mucho de política las decisiones van a estar basadas en los resultados que la experiencia y la historia ha dejado en la ciudadanía, a partir de ello, se elige según el nivel de educación, ingreso y expectativas del posible cumplimiento de sus demandas personales. La teoría de la elección racional es entonces aplicada a medios términos en el sentido de que, si bien sí se busca la maximización de los intereses personales, los gobiernos hacen caso omiso de las particularidades de los ciudadanos que no sean influyentes.

La democracia de las mayorías es un sistema que sigue la política mexicana y bajo la cual se sustenta tanto la votación en incremento como una herramienta de expresión y la inconformidad y desconfianza hacia las instituciones que promueven la participación en primera instancia y después hacia las que avalan el proceso.

Dentro de la teoría clásica que propone Schumpeter (1996) menciona que, la democracia va a estar sustentada en el voto y de ahí dependerá la figura que estará representando el poder, sin embargo, aunque México cumple con las condiciones para considerarse una democracia, la mitad de los ciudadanos duda de la veracidad de las elecciones. Como muestra de ello, el análisis que realizó Parametría en marzo del 2013, visibiliza que el 39% de los entrevistados no cree que las elecciones en su estado sean libres, equitativas y limpias.

El efecto que puede llegar a tener la aprobación del gobierno es relevante para medir el capital político y que este permita llevar a cabo el desarrollo de la agenda de gobierno y posibles negociaciones que, a su vez tienen relación con los resultados electorales. Este efecto es sin duda, una de las variables importantes para analizar los procesos electorales.

Siguiendo con el modelo de Conocimiento perfecto e información no costosa que Downs (2004) propone, retomando que la evaluación de la eficacia del gobierno será evaluada a partir de las acciones que impliquen el aumento de los beneficios esperados, vale la pena mencionar que no necesariamente se alimenta de datos duros, sino que tiene que ver más con la percepción y las expectativas que se tiene de la gestión. Ejemplo de ello es el tema económico, de 2013 a 2015 la percepción de que la economía del país ha empeorado aumentó del 53% al 58%, mientras que datos de INEGI indican que el PIB del país creció de 1.4 a 2.5, la diferencia entre estos datos y la opinión de la ciudadanía es importante.

Los factores socioeconómicos de los electores son significativos dentro de la variable de participación electoral y como influencia directa en la explicación del crecimiento de la desconfianza a partir de la percepción que tengan los votantes. Las variables que describen el contexto en el que se desarrollan las votaciones denotan que entre mejor sea el ingreso, la educación y demás factores que impliquen el bienestar de los ciudadanos, la participación será mayor y puede que exista un equilibrio entre la desconfianza hacia los políticos (dado que se tiene satisfacción con sus acciones).

Una variable que puede quedar sujeta a estudios próximos es la correspondiente a la actuación del votante mediano como el centro de atención de los partidos y sobre los cuales se basan las propuestas de estos. Dentro de este análisis de la participación electoral y la contradicción que implica el hecho de que ésta aumente a la par que la desconfianza en quienes se vota es este tipo de votante el que

define qué tan satisfechas se van a sentir las personas que ya cuentan con un orden de preferencias establecido.

Dada la relevancia del impacto de los factores socioeconómicos y demográficos sobre la participación electoral, un régimen democrático como lo es México, tiene la obligación de ser garante de representación de las preferencias de sus electores promoviendo así un sistema que permita a los individuos expresarse y demandar sus necesidades dentro de un ambiente institucional que les inspire la confianza de poner “en sus manos” el equilibrio social que requieren, esto con el fin de hacer más eficiente al sistema y no cerrarlo a un mecanismo de preferencias impuesto por algunos sectores privilegiados de la sociedad que encuentran más beneficios que costos en su participación.

Un nuevo comienzo: la oposición permanente y la promesa del cambio

A lo largo de dos sexenios, el escenario político mexicano se ha compuesto de confrontaciones y exposiciones mediáticas que han dejado de lado a la sociedad para hacer de las elecciones un ejercicio exclusivo de la clase política en donde el ciudadano solo es potador del voto, pero no de las decisiones realmente. En esos dos sexenios que se han visto marcados por una transformación profunda en las formas de hacer campañas y el incremento de lo que parece ser la mediatización de la política ha habido una oposición constante, sensible y capaz de recoger cada una de las demandas sociales a costa de los proyectos macroeconómicos de los otros presidentes.

López Obrador ha sido un personaje constante que ha puesto, a través de la especialización en el pueblo y una mejoría en su discurso cada vez que se postula, una nueva agenda que atiende a los más necesitados y que ha dilucidado como es que el bienestar incomoda a quienes tienen ingresos. La posibilidad de este permanente candidato de cambiar el rumbo del país culminaría en un incremento de la confianza en las instituciones, mismas que fueron deslegitimadas por la falta de cumplimiento de las promesas y en una reducción de la crisis de representación en tanto que, después de años de carrera política “a ras de tierra” Obrador conoce lo que necesitan los mexicanos para poder estar bien, para poder vivir mejor.

Capítulo cuarto

Andrés Manuel López Obrador: reconstrucción de la democracia representativa a través de sus campañas electorales

Andrés Manuel López Obrador: un recorrido biográfico

Nacido en Tepetitán, municipio de Macuspana en Tabasco hacia el año de 1953, es reconocido por su lucha constante a favor de los derechos de las mayorías necesitadas del país, así como por la tenacidad y constante preocupación que ha expresado por el bien del país.

Militante siempre de los gobiernos de oposición tras caer en la cuenta de las irregularidades en el mandato del Partido de la Revolución Institucional, en 1988 se une a la Corriente Democrática que encabezan, entre otros, Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo. En agosto de ese mismo año asume la candidatura para gobernador del estado de Tabasco por el Frente Democrático Nacional. Publica entonces el libro Tabasco, Víctima de un Fraude.

La vida política de López Obrador se vio afectada por constantes trabas al acceso a cargos públicos por el gobierno Priísta, consecuencia de ello es la formación de la Alianza Nacional Democrática que tiene como fin unir inconformidades, voces y acciones que se encuentran en posición de rechazo contra sectarismos y políticas personales con el fin de instaurar un gobierno más democrático y justo.

Contiende por la Presidencia Nacional del Partido de la Revolución Democrática el 17 de abril de 1996, cargo que ocupa del 2 de agosto de 1996 al 10 de abril de 1999. Durante su gestión, el PRD obtiene los mayores logros electorales y la mayor presencia nacional que ese partido político ha tenido desde su fundación en 1989.

1.1. AMLO y el Partido de la Revolución Democrática, la construcción del líder carismático

Dirigencia de AMLO en el PRD

El proceso para suceder a Porfirio Muñoz Ledo en la dirigencia del PRD para 1996 tuvo gran audiencia en cuanto a los candidatos que querían contender por la cabecera del partido del Sol Azteca. Como en la mayoría de los partidos que se encuentran en definición y transformación de sus formas de operar a partir de su inclusión en el espacio político, el PRD tenía corrientes contrapuestas que buscaban renovar el sentido del partido o, por el contrario, aproximarlos más hacia los procesos de institucionalización que lo orillaban a ser sólo un órgano viable durante los comicios.

En ese sentido, la contienda interna por la dirigencia dejaría dos bloques formados y un tercero rezagado; por un lado se encontraba Heberto Castillo y López Obrador quienes consideraban que era necesario hacer del PRD un partido de lo cotidiano, parte activa de la sociedad y un órgano representativo viable que no fuera usado como maquinaria electoral, la oposición a esta manera de ver el progreso del partido estaba relacionada con centralizar las decisiones e institucionalizar su estructura (Mejía, G, 1996)

Era de esperarse que ganara la visión más progresista gracias al apoyo que había tenido de grandes personalidades representantes del partido como lo era el mismo Cárdenas. De esta manera, con 75% de la votación interna a favor, López Obrador ocupó la dirigencia del partido con un proyecto establecido a partir del cual establecía al PRD como un organismo de representación popular que no se reducía al ejercicio electoral (Rodríguez, R. 1996)

De tal manera que el 29 de marzo de 2000 obtiene su registro ante el Instituto Electoral del Distrito Federal como candidato a Jefe de Gobierno del Distrito Federal y el 2 de julio gana las elecciones con 37.5 por ciento de los votos emitidos, que significa 4 por ciento más que el candidato del PAN, colocando al PRI en un alejado tercer lugar con 22.8%. En este sentido, representa nuevamente la fuerza que se va gestando en los partidos de oposición.

Tomó posesión como Jefe de Gobierno del Distrito Federal el 5 de diciembre de 2000 y con ello se convirtió en el primer gobernante electo para un periodo de seis años en la Ciudad de México donde su labor adquirió pronto notoriedad por su forma particular de gobernar que consistía en trabajar diariamente desde las seis de la mañana, prestar atención a la defensa del pueblo contra los intereses creados y el abuso de poder que se había desarrollado en el país.

Marcó un hito en materia de comunicación social, al convertirse en el primer personaje público de México —y quizá de mundo— que ofrecía todos los días, poco después de las seis de la mañana, una conferencia de prensa a la que asistían reporteros de los medios escritos, electrónicos y de agencias de noticias, todos ellos de cobertura nacional y, a medida en que avanzaba su gestión, llamaba la atención de los medios del interior del país e internacionales.

En promedio asistieron 35 representantes de medios de comunicación, a quienes ofreció más de mil 500 ruedas de prensa matutinas. Al escrutinio público diario de sus actividades se suma su remarcada decisión de someterse permanentemente a la rendición de cuentas y por ello informa sobre sus actividades de manera trimestral, independientemente del informe que por ley ofreció cada año ante la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

Durante su mandato, el Gobierno del Distrito Federal se convirtió en la primera administración pública del país, incluido el gobierno federal, en dar pasos firmes en términos de transparencia, pues aún antes de que se aprobara en la ciudad una ley en la materia pública en internet, la nómina y las declaraciones patrimoniales de los altos servidores públicos empezando por el Jefe de Gobierno ya formaban parte de la información pública.

Otro hecho particular de su gestión es que, partidario de la democracia participativa, del principio constitucional de que el pueblo tiene en todo momento el derecho a elegir a sus representantes y de que un gobierno sin respaldo de la gente se convierte en una carga, cada dos años somete a la voluntad popular su permanencia en el cargo, es decir, que por iniciativa propia y aun cuando no está regulado en la ley, pregunta al pueblo si debe o no continuar en el cargo, lo cual tampoco hace ningún otro gobernante de México.

Así, durante su mandato en dos ocasiones realizó consultas públicas para que la población decida si debe o no continuar en el cargo y resulta ratificado con más de 90 por ciento de apoyo en cada caso. Bajo el principio de que para no equivocarse en la toma de decisiones es mejor consultar al pueblo, Andrés Manuel López Obrador realiza otras consultas públicas a partir de las cuales, y con el respaldo de la gente, aplica políticas como no aumentar las tarifas del transporte público a cargo del Gobierno capitalino (Metro, autobuses y trolebuses) y construir el Segundo Piso de Periférico.

La configuración de Obrador como líder carismático no surgió como producto de su dirigencia en el partido sino de los valores que forjó durante su carrera política. Con una genuina preocupación por los más necesitados y con el sentido paternalista de proveer de protección a los vulnerables, López

Obrador fue considerado como uno de los cambios estructurales más importantes en la composición partidista del PRD. Como señaló Rodolfo Peña, (1996) la elección de Obrador como líder del Partido de la Revolución Democrática regresó al organismo al objetivo de su génesis: la conformación de una fuerza política basada en la conjunción de la lucha social con la justicia política a través de propuestas partidistas.

El avance en la popularidad de la imagen de López Obrador gracias a las acciones realizadas comenzaba a dilucidar las estrategias y sus ideas generales sobre la manera de hacer política, ya desde su dirigencia en el partido comenzó a fomentar la austeridad y la colaboración de afiliados para brindar apoyos económicos de ayuda directa para sectores vulnerables. La consideración hacia las mujeres viudas, los huérfanos y la necesidad de una educación de calidad en municipios pobres siempre fue parte de su ideario de bienestar y obligación de quienes detentan el poder. (Gómez, B. 2005: 152)

La conformación simbólica de sus propuestas derivaba de una trayectoria política que ya lo caracterizaba desde entonces y, a pesar de los enfrentamientos, pedía que aquellos compatriotas partidistas afines a su visión donaran parte de sus salarios para comenzar a solventar y fungir como un organismo que apoya a la ciudadanía. Durante su gestión como líder del PRD se formaron las bases ciudadanas del partido a través de las Brigadas de Sol, comisiones de simpatizantes partidistas que difundían los estatutos y principios de la militancia y que, a su vez se traducían en bases terrenales que atraían votos en tiempos electorales. (Borjas, A. 2003:124.125), esta manera de operar se retomaría más adelante con nuevos proyectos y se traduciría como un ejercicio viable de inclusión en los asuntos políticos del partido de todos sus militantes y simpatizantes.

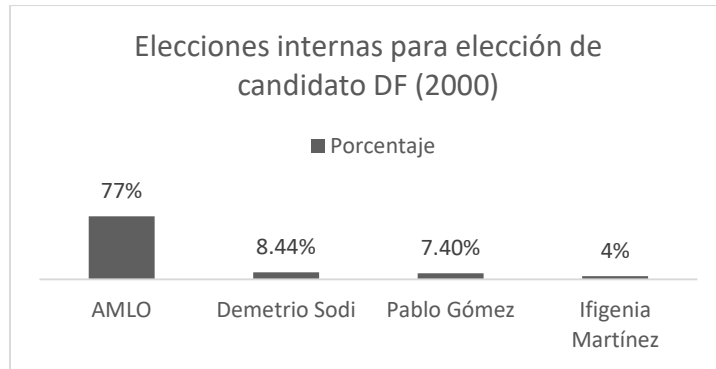
De su dirigencia dentro del partido destaca también el posicionamiento de este como fuerza política junto con Acción Nacional y el PRI conformando la fórmula tripartita que caracterizará los procesos electorales venideros. Para 1997 el partido ocupa 125 curules y en 1988 obtiene la gubernatura de Zacatecas y Tlaxcala, un año después gana Baja California Sur (Gobierno de México)

Obrador y su función como Jefe de Gobierno.

Con la mira puesta en el proceso democratizador que se avecinaba para el año 2000 en el que Cárdenas contendría por la presidencia, el panorama para López Obrador cambió radicalmente. De organizar reuniones y distribuciones dentro del partidos y promover el bien de la mayoría por encima de los intereses particulares como una de las banderas del PRD, el candidato a la presidencia, Cuauhtémoc Cárdenas le ofrecería la candidatura a Jefe de Gobierno de la capital del país. Esta decisión no sólo ocasionó polémica en los candidatos externos, sino que provocó revuelo incluso dentro del partido, esto porque se estaba violentando la ley al proponer a un personaje que no había estado lo suficiente en el lugar por el que competiría, incluso quienes en algún momento lo apoyaron como Porfirio Muñoz Ledo, calificó de “imposición” la propuesta de candidatura. (Cruz, F. 2012:181)

Luego de una disputa sobre si se consideraba o no legal la participación de Obrador en las elecciones a jefe de gobierno, la solución para determinar al candidato que iría en representación del partido fueron las elecciones internas en donde Obrador arrasó nuevamente con el 77% de las preferencias. Por debajo de él se situó Demetrio Sodi quien en diferentes ocasiones se opondría a sus decisiones.

De esta manera, en cuanto a las elecciones internas, López Obrador iría a la contienda por el Distrito Federal.

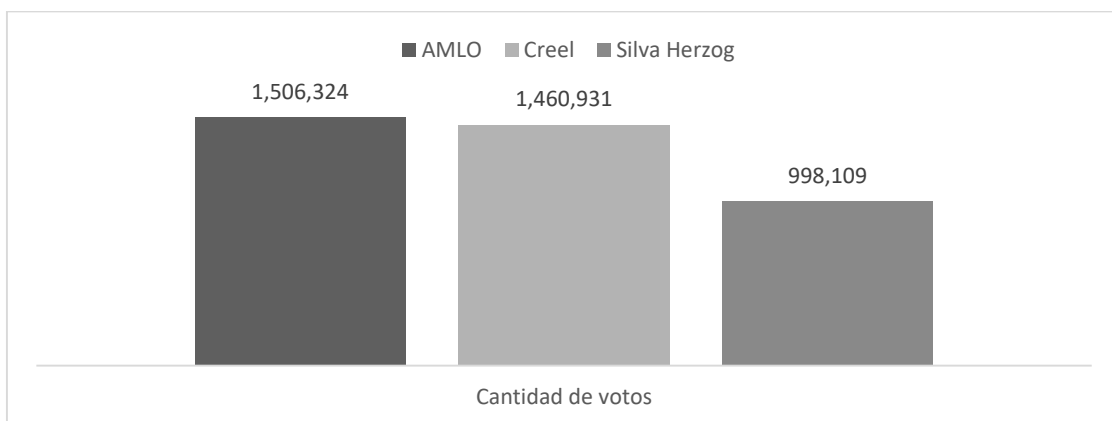


31 Fuente: elaboración propia con datos de Pinchetti, A. "Andrés Manuel y sus claves"

Luego de haber ganado las elecciones internas del partido, la contienda y realización de su campaña se distinguen por apertura su agenda política y clasificarla en cinco rubros (Quintanar, H, 2017:86)

1. Austeridad republicana
2. Reforma política y participación ciudadana
3. Derecho a la seguridad y protección civil
4. Eficiencia administrativa y cero corrupción.

Estos ejes rectores lo van a llevar a la definición de sus futuros planes de gobierno y estrategias políticas. El triunfo del PRD en la capital del país termina de esbozar la idea de democratización naciente que se instauraba en México. De esta manera, Obrador se convierte en el primer Jefe de Gobierno elegido por sexenio con un total de 38% de votos a favor por encima de Santiago Creel y Jesús Silva Herzog. La posición del PRI como tercer fuerza política lo dejaba fuera del campo de acción mientras que Creel tuvo un lugar en el gabinete del electo presidente Vicente Fox.



32 Fuente: Resultados de las elecciones a Jefe de Gobierno del Distrito Federal. Elaboración propia con datos de Becerra, P. "De la posrevolución a nuestro días" 2005

La victoria de Obrador en el DF le dio rienda suelta a su proyecto político fundamentado en el bienestar social y el apoyo a las minorías desprotegidas. La política que adoptó fue la de asistencia

social que permitiera el desarrollo óptimo de la capital del país, así como un programa de actualización y renovación de la vida pública que atendiera a las demandas de movilidad y seguridad dentro de metrópoli.

El contraste que había surgido entre las acciones del Presidente y del Jefe de Gobierno habían generado cierta polémica en tanto que Obrador tenía demasiados proyectos de mejoría en la Capital del país además de tener una manera diferente de gobernar: el mandatario todos los días laboraba desde las seis de la mañana, había recortado su salario en concordancia con el principio de austeridad que había promovido desde su dirigencia en el partido, aunado a que tenía siempre una crítica constante contra la corrupción y el abuso de poder.

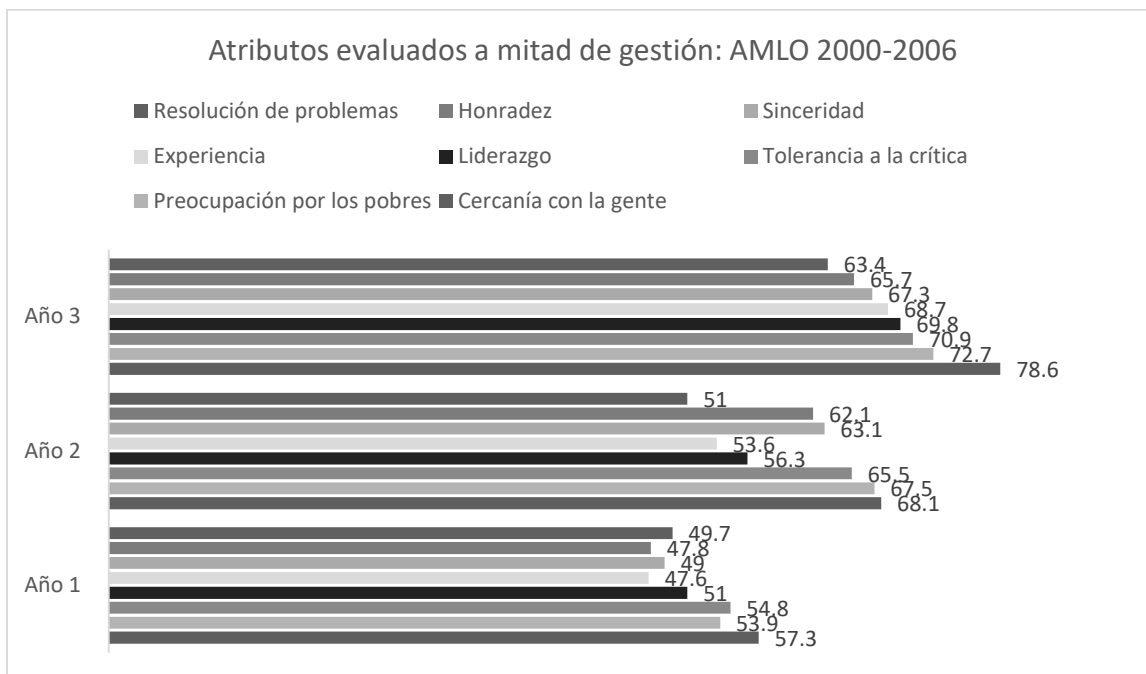
Además de romper con la visión burócrata e inalcanzable del poder político a partir de su cercanía con la ciudadanía, marcó una diferencia en cuanto a rendición de cuentas, derecho a la información y comunicación ofreciendo conferencias diarias en las que da un balance de las acciones que lleva a cabo. La centralidad de la comunicación y los simbolismos representados en el acto permiten reafirmar la convicción de Obrador de ser un mandatario transparente, sin secretos y con la disposición de someterse al escrutinio público, convirtiéndose en el primer gobierno en dar pasos firmes en materia de transparencia.

El cargo como Jefe de Gobierno de la capital del país, comenzó a ser molesto para Fox no sólo por el hecho de que se trataba de una figura de izquierda en el poder que contrastaba con el ejercicio presidencial, sino por la popularidad y el apoyo que el candidato tenía incluso cuando hizo válida la revocación de mandato sometido a consulta pública y en donde se reafirmaba el apoyo de la gente.

El interés en la opinión de las mayorías se perfilaba en este cargo y se reforzaría a la posteridad, de igual manera, la idea de *“por el bien de todos, primero los pobres”*, consigna que retomó en diversos discursos, tomaría fuerza desde este momento de su vida política haciendo caso de las demandas sociales y destinando por lo menos 65 mil millones del presupuesto para el bienestar de los capitalinos.

Los bonos que su gobierno logró por conseguir incremento de la vivienda, de empleo, reducción de la inseguridad, un cargo a la deuda pública menor y un estado de bienestar social basado en el otorgamiento de apoyos a clases vulnerables lo perfilaban como un posible candidato a la presidencia, acción que Fox percibió como un peligro no por el hecho de la candidatura como tal sino por la convicción de que, gracias a la evaluación de su gestión en el Distrito Federal tenía mayores probabilidades de ganar en comparación con su candidato, Creel.

A pesar de haber mantenido un perfil bajo durante el primer trienio de gobierno sobre los asuntos del gobierno federal, Obrador se percibía como una oposición digna en cuanto a la capacidad de prometer y cumplir. La evaluación que derivaba de su gobierno y justificaba en el desarrollo que la capital del país tenía en comparación con el gobierno en su totalidad. Mientras Fox quedaba a deber más de la mitad de su plataforma electoral, Obrador había cumplido los 40 compromisos puestos en campaña y había hecho incluso más que eso. La evaluación de la gestión de AMLO dentro del gobierno alcanzaba para la mitad del sexenio una aprobación de 92.1% derivada de lo que podría ser su cercanía con la gente, la preocupación con los pobres, la tolerancia hacia la crítica, el liderazgo para gobernar, así como la experiencia.



33Fuente: elaboración propia con datos de Mitofsky. "El jefe de Gobierno AMLO. El inicio de su popularidad 2000-2005"

Hacia la campaña presidencial: el descontento con Fox y la resistencia civil contra el desafuero

Una vez que Fox determinó que AMLO era una amenaza para sus planes de perpetuar a Acción Nacional en el poder y con ello desvirtuar el bono democrático que se había conseguido con la alternancia, el entonces líder del Ejecutivo actuaría contra el candidato (aun no confirmado) para las presidenciales. El proceso de “desafuero” por el que paso López Obrador fue el detonante de todo un movimiento que concluyó en la formación de Morena como movimiento social contra la corrupción evidente del poder político.

Si el sistema político mexicano había recobrado un poco de su soberanía, Fox hubiera dejado que el proceso electoral siguiera su curso sin mayor intención de intervenir, sin embargo, su participación, injusta e ilegal le costaría a México una crisis de representación con las instituciones, el gobierno y la política en sí misma. Mucho antes de que comenzara el proceso electoral de sucesión a la presidencia se levantó una solicitud de desafuero contra el Jefe de Gobierno del Distrito Federal por un supuesto desacato, el retiro del fuero lo privaba de la inmunidad inconstitucional y permitía que peste fuera juzgado por ese cargo y que a su vez perdiera todo derecho político que le permitiera entrar a la contienda por un cargo.

El conflicto que desató esta solicitud dilucidó la desesperación de Fox y las facciones que lo seguían por detener el avance del candidato que podía reprimir sus privilegios mediante sus políticas de bienestar social. Para sorpresa de Fox, AMLO no debatió ni se rehusó a darle continuidad al proyecto hasta donde llegara. El despliegue de fuerzas contra el cambio se estaba efectuando de manera paulatina contra Obrador y Ebrard como posible fórmula de gobierno y, por tanto, el mandatario de la capital decidió sólo hacer acusaciones sobre el “atropello democrático” que esta decisión hacía al país. Todo como fruto de una discordancia sobre proyectos políticos diferentes enfocados al beneficio de sectores diferentes.

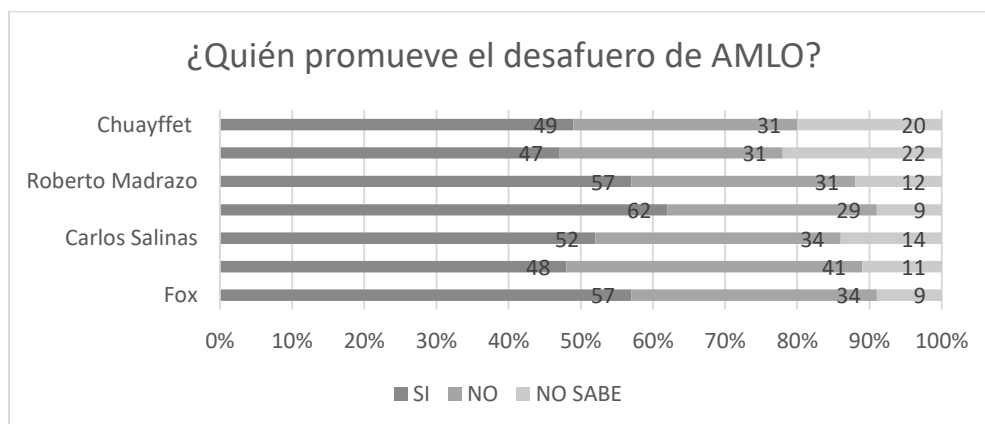
El proceso de resistencia civil que efectuó AMLO estuvo caracterizado por la distribución de las comisiones distritales que había conformado desde su dirección del PRD. A nivel nacional e internacional se emitieron juicios sobre la ilegalidad e injusticia que estaba detrás del desafuero, las denuncias de Andrés Manuel sobre la participación de otros partidos y facciones en las decisiones reforzaban la idea de ilegalidad y ruptura con los ideales democráticos instaurados. Por todo el país se repartían materiales visuales explicando la situación.

La intensa difusión en medios, dentro de las cámaras de diputados y votaciones dieron como resultado el destape de las verdaderas intenciones de Acción Nacional una vez que Gabriela Cuevas y Jorge Lara pagaran una fianza de \$2,000 para evitar la detención de López Obrador. Esto, más allá de ser comprendido según lo declarado por la bancada como una estrategia para evitar la victimización de Obrador, se vio como el descontrol de lo que había sido una provocación y terminó siendo un movimiento en donde incluso voces contrarias a los ideales de Obrador se posicionaron contra el desafuero por violentar la competitividad y los ideales democrático.

Sin bajar la guardia y dando continuidad a sus labores, AMLO se reunía con las personas en la calle de Odontología en Copilco y continuaba con sus giras para dar a conocer la naturaleza ilegal del desafuero, mismo que fue calificado como inconsistente tiempo después y terminó por dejar a AMLO con una aprobación y preferencia electoral de 45% y la posibilidad de contrastar la ilegitimidad del gobierno y del partido que lo acobijaba.

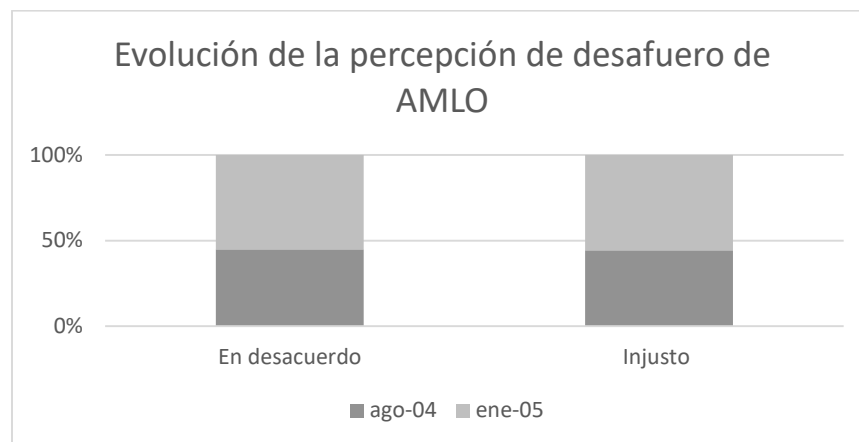
En el Congreso, la evaluación sobre la justicia e injusticia respecto a desaforar a AMLO estaba claramente polarizada, por un lado, los partidarios de Acción Nacional validaban las decisiones del ejecutivo y por otro, los perredistas lo consideraban una violación a los derechos sociales y políticos tanto de Obrador como de los ciudadanos a la hora de violentar los procesos electorales y la naciente democracia en México.

Tal y como lo muestra una encuesta levantada el 11 de febrero de 2005 por GEA-ISA, el 57% de los encuestados por ésta consideraba que se trataba de una promoción de Vicente Fox y de todos los que lo apoyaban como su esposa, Martha Sahagún, Carlos Salinas, Fernández de Cevallos, Roberto Madrazo, Beltrones y Chuayffet. A reducidas cuentas, que se trataba de una intromisión que pretendía descalificar a AMLO como opositor para las elecciones de 2006.



34Fuente: elaboración propia con datos de GEA-ISA del 11 de febrero de 2005. Análisis contenido en "Pulso Ciudadano" de la Cámara de Diputados

El acuerdo o desacuerdo con las medidas tomadas por parte de las autoridades también fue evaluada y parte del desacuerdo que se tenía en cuanto a la ilegitimidad del acto como la posibilidad de que este fuera impulsado con el fin de sacar a AMLO de la contienda fue reprobado por la sociedad. En una encuesta de *Parametría* es perceptible como un 50% de las personas entrevistadas evaluaban como injusto el acto de desafuero para enero de 2005, casi un mes antes de las elecciones y un 49% se encontraba en desacuerdo con que se eliminara a AMLO de la competencia por la presidencia de la República.



³⁵Fuente: elaboración propia con datos de Carta Paramétrica, *Parametría* 23 de febrero de 2005. En "Pulso Ciudadano" de la Cámara de Diputados

1.2. La Coalición por el Bien de Todos y la primera derrota de AMLO

Las campañas dieron inicio en un contexto de confrontaciones no sólo entre los candidatos sino entre los integrantes de los partidos mismos. Sin el apoyo de Cárdenas esta vez, López Obrador comenzaría su campaña después del desafuero y la tregua navideña estando en el puntero de las encuestas. Había declarado que su campaña no se basaría en las estrategias de otros partidos, que el haría campaña a "ras de tierra", sin aviones y pueblo por pueblo. El proyecto estaba sustentado en la provisión de servicios de provisión social, similares a sus programas como jefe de gobierno.

El proyecto estaba abanderado por el eslogan que había mantenido desde su gestión como jefe de gobierno. De manera estratégica, esto le serviría para que a partir de sus funciones en el gobierno capitalino fuera evaluado para la presidencia. Con una aprobación final de su gestión del 85% según Mitofsky, el inicio de la campaña se vio claramente influenciado por las influencias y adeptos que había conseguido luego de que pasara por el desafuero situándolo de 8 a 12 puntos por encima de sus contrincantes en preferencia electoral. (Sánchez, H, 2006: 227)

La guerra sucia y la estrategia de propaganda, contrapropaganda y propaganda negra caracterizaron a estas elecciones. De todos los *spots* que se transmitían, varios de ellos más allá de contener propuestas concretas se dedicaban a atacar a López Obrador. Si bien la respuesta de éste fue tardada y ello les costó puntos en las encuestas, el deslinde de lazos con Venezuela, con Hugo Chávez y algunas de las declaraciones que hacía sobre la implicación de Fox, lo mantenían en el puntero de las preferencias electorales

A diferencia de lo que proyectaban los contrincantes, López Obrador tenía una estrategia específica fundada en los logros que había tenido durante su gobierno. La spotización con campaña negra hizo y las respuestas hicieron confusas las propuestas para quienes solo hacían uso de los medios de comunicación para informarse, pero incrementaron en rating en cuanto al interés que los ciudadanos tienen en el espectáculo. Las estrategias implementadas por Calderón de una pretendida deslegitimación y un ataque relacionado con las redes supuestas de corrupción en las que se encontraba envuelto fueron material para seguir elaborando mensajes de miedo contra el candidato de oposición. El ataque mediático obligo a todos los candidatos a modificar los ejes de su campaña.

Con un aparente empate en las preferencias electorales, la campaña de López Obrador, que estaba fundamentada en promover su más importante “por el bien de todos primero los pobres” se desfiguró cuando empezó la guerra sucia en medios de comunicación. Con el primer debate próximo y la ausencia de AMLO en él. Las encuestas comenzaron a bajar las preferencias de AMLO en el puntero, pero esto fue sólo por un momento. El caso de Hildebrando, cuñado de Calderón lo volvió a posicionar por encima de sus contrincantes luego de que se confirmara la relación corrupta de éste con el PREP.

Para el día de las votaciones, las preferencias estaban reñidas y las propuestas no tan claras luego de que el espacio de expresión se llenara de ataques. La participación que se dio fue de más del 58% del padrón electoral con sólo un promedio de 2% de votaciones nulas (Quintanar, H. 2017: 138), los datos de las encuestas se hacían cada vez más confusos en tanto que muchos ponían a Calderón por encima de AMLO y viceversa

Las irregularidades que después de la jornada electoral se dieron en el conteo del PREP como el faltante de 2,900,000 votos que representaba el 58% del padrón, distinto al 71% que registraba el IFE. Restaron credibilidad a las instituciones electorales una vez más en este punto, la crisis de representación está en su mayor nivel. Las acusaciones y posiciones que tomó la Coalición por el Bien de Todos, fueron dirigidas hacia una queja sobre la ilegalidad con la que opera el IFE luego de las negativas a la revisión de boletas.

La inconsistencia, falta de seriedad y desorganización provocó que tanto López Obrador como Calderón se proclamaran ganadores al mismo tiempo, cuestión que provocó una crisis de legitimidad en el IFE debido al fallo en el conteo de los votos. Luis Carlos Ugalde, dio el informe del ganador, con un total de 15,000,284 votos declaraban a Calderón como ganador superior a una escasa diferencia de 0.58% de los votos obtenidos por la Coalición Por El Bien de Todos que registró 14,756,350 votos.

Luego de que se dieran a conocer los resultados de las elecciones y que el IFE, a pesar de contar con la evidencia hiciera caso omiso del llamado a la justicia electoral, Obrador comenzó el periodo de resistencia civil organizando mítines, comités y un platón que iba desde Reforma hasta el Zócalo como manifestación ante la inconformidad de todos los mexicanos que votaron por el cambio y fueron ignorados.

Aludiendo a la injusticia y a la intromisión de Fox que desde un principio tuvo que ser regulada, el periodo de resistencia civil puso trabas desde el inicio de la toma de cargo de Calderón provocando que este cambiara el eje de su gobierno completamente. Una campaña que había comenzado débil no

iba a resistir la presión política que ejercía Obrador teniendo una de las avenidas principales cerrada. La única forma de revertir la crisis que se avecinaba era cediendo ante las peticiones de Obrador para dar fe de que las elecciones o habían sido legítimas o no o, por el contrario, conseguir una negociación que permitiera, la transición de gobierno de manera pacífica.

Dicha negociación fue impulsada por el aún presidente Vicente Fox, quien al tratar de dar su último informe de gobierno se vio en la necesidad de sólo entregarlo y retirarse por el resguardo militar que se había puesto en el Palacio Legislativo tras la amenaza de que manifestantes se iban conglomerar afuera del recinto.

Sin embargo, la negación del IFE de este recurso y, por el contrario, el ignore del movimiento anulista dio como resultado el ascenso del gobierno legítimo de Obrador y el del Plan Alternativo de Gobierno que estaba por mucho, mejor estructurado que la improvisación de Calderón y su fallida guerra contra el narcotráfico. La propuesta de Obrador de permanecer en asamblea permanente y continuar con los proyectos previstos permitió que él mismo repensara las estrategias y los logros que se estaban llevando a cabo.

Tamayo destaca tres etapas que caracterizaron el movimiento de resistencia civil, así como su crecimiento, por un lado, están las acciones directas que sirvieron para presionar como movilizaciones y marchas; las acciones legales que datan de la impugnación de las casillas con la acusación de que éstas fueron violentadas durante las elecciones y las acciones mediáticas que dieran difusión a la inconformidad colectiva y que incluían la propagación del lema “Voto por voto, casilla por casilla” (Tamayo, S, 2007: 257). Las acciones que tomaría la coalición Por el Bien de Todos iniciaban con la impugnación legal de los resultados, mismos que consideraba manipulados en por lo menos 50 mil casillas de 300 distritos electorales (Hernández, *La Jornada*) La impugnación claramente ocasionaría malestar en la recién victoria de Calderón quien se negó al conteo de las boletas, el IFE también se negó y recibió el respaldo de la ONU. La incertidumbre en la que se encontraba México era cada vez mayor, Obrador con la insistencia del fraude, el IFE sin tomar acciones y Calderón, aún sin tener constancia de mayoría (Reyes, A. 2006)

El plantón más allá de ser solo una resistencia a la imposición y el autoritarismo político fue también motivante para que otros sectores decidieran tomar partido de la causa, entre ellos escritores y artistas. Con la colaboración de intelectuales que se encargaban de dar elaboradas opiniones sobre lo que sucedía y como repercutía al sistema, se formó el “Corredor cultural” dividido en secciones acorde a las alcaldías del Distrito Federal



36Fuente: Minor y Gómez en Tamayo, S. (2007) *Dinámica de la movilización. Movimiento Poselectoral y por la democracia*

La intención de instaurar una asamblea permanente y un Gobierno Legítimo tenía como objetivo conservar el estatus de resistencia y el modelo de afiliación mediante el cual fuera posible contabilizar y tener un registro de todos aquellos que fueran parte del movimiento.

En ese sentido, la Convención Nacional Democrática se instauró el 16 de septiembre y declaró a Obrador como presidente legítimo luego de 62 días de resistencia civil pacífica, la existencia de un gabinete a la sombra le permitió tener cierto conocimiento de las decisiones internas de Calderón y con ello tomar ventaja en sus apariciones públicas. Su nombramiento, puso sobre el escenario político la redefinición de lo que se consideraba legalidad y legitimidad, siendo él quien portaba la segunda.

A opinión de Carlos Montemayor en *La Jornada*, antes de la creación de las instituciones electorales como el IFE y el TEPJD, no había duda sobre la legalidad de las elecciones, ello no implicaba que fueran justas ni equitativas sino que se realizaban al marco de ley, volver a discutir sobre estas nociones en las elecciones de 2006 pone en entredicho la función de estas instituciones y buscar amparo de sus acciones fundamentado en la ley empobrece la visión de legalidad y oscurece lo que se entiende por legitimidad (Montemayor, C. *La Jornada*)

En la convocatoria de la primera asamblea hubo una asistencia de más de medio millón de simpatizantes, que fueron convocados a una megamarcha que culminaría en el Zócalo de la Ciudad de México en donde se realizaría la segunda asamblea. El movimiento se transformaba pasando a ser un Movimiento de Resistencia Pacífica que tomaba como lema “voto por voto, casilla por casilla” y culminaría en lo que fue la postulación de un gobierno alternativo al de Calderón en el que se empezaría a dar forma a lo que después fue el Movimiento de Regeneración Nacional.

En ese sentido, la formalización de la postulación del gobierno legítimo tuvo como eje puntos que similares que a lo que sería el plan de gobierno de haber ganado. Con el apoyo del Frente Amplio Progresista se trataría de llevar a cabo cada uno de los veinte puntos propuestos como acciones de este gobierno.

- Renovación de las instituciones públicas
- Defensa del derecho a la información y apertura de medios
- Atender el problema migratorio con la generación de empleos
- Denuncia ante injusticias será prioridad
- Elevar a rango constitucional el combate a la corrupción y la austeridad republicana
- No permitir el cobro de impuesto a pobres
- Reorientar el presupuesto de egreso hacia el bienestar
- Creación de la Comisión de Verdad
- Protección a trabajadores nacionales
- Derecho a un salario justo
- Seguridad social para trabajadores informales
- Defensa de la autonomía y democratización sindical
- No a la privatización de energías
- Defensa del patrimonio nacional
- Estado de Bienestar como condición de vida digna que emane del Congreso
- Cumplimiento de derechos políticos, sociales, económicos y culturales
- Educación libre de privilegios
- Ayuda monetaria a mexicanos que lo necesiten

Estas propuestas tratarían de ser llevadas a cabo, como una manera de resistencia y serían planteadas por las fuerzas que estaban dentro de las cámaras. El proyecto del Gobierno Legítimo tenía aún más preparación de la que tenía el plan de gobierno de Calderón que resultaba ajeno a las necesidades de la sociedad. Con miras a conseguir el desarrollo a través de la resistencia, López Obrador inició una segunda campaña, esta vez para animar a que se diera a conocer la estructura del Gobierno Legítimo y se invitara a no ceder ante la corrupción que se había robado el poder.

1.3. Los inicios en la creación del Movimiento de Regeneración Nacional: de 2006 a 2012

Conocer a Obrador: los recorridos por todo el país y la difusión de “Regeneración”

López Obrador dio a conocer el Proyecto de Nación 2012 que no tenía prevista la creación de Morena, pero si la continuidad del movimiento de resistencia ante el fraude y la ilegalidad de las acciones que se habían llevado a cabo durante el proceso electoral de 2006. La difusión de las acciones del denominado Gobierno Legítimo continuó con el objetivo de concretarse dentro del espacio político. La dinámica, como señala Raquel Dávila (2013) era la de realizar mítines de aproximadamente 45 minutos de duración con un promedio de 100 a 5000 personas en función de la población y la fuerza del movimiento en cada ciudad.

Si bien en un principio se había propuesto evitar que Calderón asumiera la presidencia de la República el Gobierno legítimo busco crear un poder a la sombra que estuviera guiado por el mecanismo de resistencia civil para recordar el origen ilegítimo de la Presidencia. La dinámica de las campañas a

“ras de tierra” regresó, pero esta vez para conformar los comités del Gobierno Legítimo que ayudarían a difundir el proyecto para 2012.

Ante el fraude de las elecciones uno de los mensajes que fueron difundidos y que avalaban el desarrollo de este gobierno fue el de la necesidad de “regenerar” las prácticas políticas del país y alejarlas de lo que ya identificaba como la “mafia del poder”, ese sector beneficiado económicamente y que tenía injerencia en los procesos políticos del país. En ese sentido, el Movimiento de Regeneración Nacional encuentra su rumbo luego del fraude en las elecciones de 2006 y continua su difusión a nivel nacional luego de que Obrador planteara la posibilidad de contender una segunda vez con un proyecto mejorado.

Para 2012, López Obrador contaba con una especialización más detallada y un conocimiento más profundo de la sociedad a la que iba a representar, de modo que su plataforma electoral estuvo compuesta de mejores propuestas fundamentadas en los recorridos que ya había hecho con el fin de dar voz a su movimiento. Para 2012, la única desventaja que tenía AMLO y que le costaría la presidencia nuevamente, era la escasa presencia que tenía en los medios de comunicación. La estrategia de formación de Morena marchaba bien, la adecuación de este movimiento a la nueva realidad permitió que candidatos como Peña Nieto llegaran a la presidencia con el poder del dinero y los patrocinios.

Aunado a ello, el antecedente de la resistencia civil manifestada en las calles de la ciudad había sido reprobada por algunos ciudadanos, opciones que restaban legitimidad a Obrador. Sin embargo, hablando en términos operativos, la representación dentro del programa electoral de 2012 de López Obrador muestra un entendimiento de la segmentación de los votantes y una sensibilidad a las causas que los aquejan, lejos del acartonamiento de la campaña de sus contrincantes.

Proyecto 2012 y formalización de Morena como organización de la sociedad civil

El fraude de las elecciones de 2006 abrió una brecha en el entendimiento de cómo se hacía política en México, claramente la democracia no había llegado y la evaluación del gobierno panista anterior había dejado mucho que desear respecto a la capacidad de cumplir sus promesas. El conflicto en la toma de posesión de Calderón fue sólo uno de los varios momentos que protagonizó su gobierno a la sombra del Gobierno Legítimo que sí hacía las cosas bien, la salida de este candidato se tradujo en el máximo punto de malestar ciudadano con la política mexicana: incapaz de disolver a la oposición e incapaz de llevar el gobierno por el que peleó de manera sucia. El saldo fue una cantidad grotesca de muertes y una guerra declarada a los grupos delictivos que tenían incluso más poder que él.

Con presencia constante durante el gobierno de Calderón, para 2009 Obrador hizo un balance de los logros hechos durante tres años, se atribuía a su movimiento el freno a la Reforma Energética que había sido discusión por parte del Frente Amplio Progresista y la Convención Nacional Democrática, presentó un plan anticrisis para que fuera avalado por el Congreso que consistía en eliminar la propuesta de subir precios a la gasolina y energía eléctrica y otorgar becas a los estudiantes de media superior así aumentar el presupuesto de las universidades.

Luego del periodo de resistencia civil y de cada una de las apariciones que tuvo el presidente legítimo en el espacio público, la promesa de un proyecto alternativo de nación siempre estuvo presente en la narrativa del tabasqueño, la creación de una organización legítima que reuniera simpatizantes de la propuesta de gobierno de López Obrador nació con el trazo de rutas territoriales que tenían como fin visitar cada rincón del país.

Una de las razones por las cuales es posible atribuir a López Obrador la reducción de la crisis de representación que había en el país fue precisamente gracias a la cobertura y conocimiento que tenía el candidato del país y cada habitante de él. La construcción del candidato del pueblo se forjó, pero no fue la suficiente para que en 2012 tuviera acceso a la silla presidencial. No por falta de conocimiento del país y de sus principales necesidades, sino por el poco peso que le dio a la importancia de hacerse presente también dentro del mundo empresario del que era enemigo.

La metamorfosis que vivió el Movimiento de Regeneración Nacional en lo que después sería una organización de la sociedad civil y luego un partido político enalteció la necesidad de que las demandas de la ciudadanía se vieran en la necesidad de ser institucionalizadas para poder ser realizadas. De tal manera que, la presencia del naciente Morena se vio reflejada en las elecciones de 2011 con la promoción del voto a favor de Encinas y el registro de simpatizantes en la vigilancia de casillas electorales.

Luego de las elecciones mexiquenses en donde la participación de los simpatizantes fue elemental en la promoción de las plataformas electorales, con miras a los comicios de 2012 el balance de la conformación de Morena como organización de la sociedad civil ya tenía puntos relevantes como la cantidad de simpatizantes con la que contaba, la difusión y conocimiento del Proyecto de Nación 2012 y el reto de capacitar a los militantes de la organización para hacer frente a las elecciones que se aproximaban.

A partir de lo anterior, Morena se formaliza como organización para el 2 de octubre de 2011 en las instalaciones del Auditorio Nacional y se concreta bajo la premisa de ser la organización que busca el “cambio verdadero del país”. Es en ese sentido, que los ejes con los que se conforma hacen referencia a la inclusión y pluralidad, así como al deseo de transformar a México a través de un movimiento en donde se incluyeran indígenas, campesinos, pescadores, trabajadores industriales, maestros, productores del campo, intelectuales, artistas, científicos y empresarios a fin de que su operar se nutriera de la diversidad de ideas y pensamientos (Quintanar H. 2017: 269)

Regresar a lo ya conocido fue la salida de los votantes quienes, para 2012 votaron por el mismo partido que los había tenido reprimidos por más de 70 años. El PRI regresó como una nueva forma de ver la política clientelar y económica no sin antes tener que hacer una evaluación del trabajo de Obrador llevaba haciendo en todo un sexenio. Si bien, es posible determinar que fungir como un “gobierno a la sombra” no fue benéfico a grandes rasgos ya que López Obrador desapareció de las encuestas de opinión, sus acciones lo llevarían a recuperarse rápidamente y tener, además, la oportunidad de mejorar el discurso de sus campañas y la calidad de sus propuestas. El movimiento lópezobradorista que ya había iniciado en las elecciones de 2006,

El Proyecto 2012 era un decálogo que se mostraba como plan estratégico para el panorama político y ese año, a manera de decálogo, el proyecto tenía como fin rescatar al Estado y ponerlo al servicio del

pueblo, democratizar a los medios de comunicación, crear una nueva economía, combatir las prácticas monopólicas y las irregularidades fiscales. Se pretendía ejercer la política con sustento ético y moral que incentivara a los poderes a practicar la austeridad republicana por el bien de los demás que llevaría a su vez a la instauración de un Estado de Bienestar basado en políticas sociales que motivaran el desarrollo de las clases más necesitadas, por último, tenía como fin promover un nuevo pensamiento fundamentado en la idea del cambio a partir de la honestidad y la justicia.

Este proyecto era la premisa de una nueva plataforma para una nueva postulación para la presidencia. Para el 10 de mayo de 2012, cuando declaró que estaba lista la organización declaró también sus aspiraciones para hacerse candidato en las elecciones de 2012 pero esta vez con una mejor organización fundamentada en redes electorales que se habían tejido desde 2006 con las visitas al total de 2 mil 38 municipios del país y 418 municipios indígenas

Estos dos últimos valores representan la idea polémica de la “república amorosa” (Toledo, V. 2011), término que será usado más adelante. Para Obrador, el progreso y la regeneración de la sociedad luego de los dos sexenios que lo han dejado marcado con violencia y corrupción es actuar de manera honesta y justa, así como equitativa. La idea de la República amorosa además de apelar a los valores particulares y no de comunidad, hace un llamado a respetar los valores sociales y a su vez promover el bien, la solidaridad y el respeto (Quintanar, H. 2017: 282)

La implementación de una estrategia basada en ejes morales axiológicos que sirven para calificar a la vida pública, pueden ser perjudiciales en el sentido de que se crea que si se alude a ello pueden estarse violentando principios del Estado, como sucede cuando se hace alusión a cuestiones que pueden poner en duda la laicidad del Estado, sin embargo, esta estrategia trajo consigo comportamientos favorables por parte de la sociedad reduciendo así el rechazo hacia AMLO de 40% a 24% (Guerrero, J. 2012:230)

El cumplimiento de la propuesta del Nuevo Proyecto de Nación, así como el impulso a la próxima candidatura estuvieron cimentados con el apoyo que, para entonces Morena, como organización civil ya tenía una base de 2,217 comités municipales y 37,453 seccionales, integrados por 179 mil dirigentes y por 4 millones de personas inscritas al cambio verdadero (Bolívar, C. 2013: 87) a pesar de ser una organización civil, Obrador contaba que, para 2012 el apoyo de este movimiento en las urnas se hiciera evidente a través de las diferentes secciones que tenía en su interior.

De esta manera los diferentes comités, conformados por diferentes personalidades entre los que estaban artistas, escritores, especialistas y un grupo nuevo que apoyaba el movimiento: Morenaje, compuesto por jóvenes y estudiantes que presentaron una estructura para atraer simpatizantes al proyecto de este sector. Estas acciones si tuvieron impacto en tanto que, durante la campaña el apoyo universitario en redes sociales fue amplio.

La competencia electoral que se dio en 2012 fue muy diferente a la que ocurrió en 2006. Con mayores regulaciones, exposiciones a contenidos audiovisuales y resultados que parecían incuestionables. En esta ocasión lo que fue el periodo y precampaña se limitó a quienes realizaran elecciones internas en su partido, para López Obrador esto no fue posible ya que el representaba a la coalición completa “Movimiento Progresista”, con un objetivo claro y el conocimiento concreto de la fuerza que tenía, Obrador contendió por segunda vez para la presidencia. Con un discurso similar pero distanciado del

ataque que fueron característicos de la primera campaña, esta vez, él tenía el manejo del terreno en el que haría campaña y, a diferencia de los otros, no era su primera contienda presidencial.

La realización de la campaña por parte de Movimiento Progresista estuvo basada en el concepto antes descrito, “La República Amorosa”, parte de una suerte de reconciliación con los poderes que le habían dado la espalda durante los momentos difíciles que había pasado durante el tiempo de resistencia y a su vez con la advertencia de una necesidad de moralizar la política y dirigirla hacia el bien de los más necesitados.

Con un discurso menos agresivo y más dedicado a fundamentar lo que había en su plataforma electoral, cuando Obrador se erigió como candidato a la presidencia el panorama haya cambiado y el público objetivo estaba detrás de pantallas y la intención de voto se media también a partir de los ratings en televisión. La política mediatizada se inauguraba en México con este proceso electoral y con la participación de Peña Nieto, candidato que había salido de una planeación compleja de la imagen a diferencia de Obrador que provenía de la política tradicional.

Por primera vez después de doce años, el candidato del PRI estaba a la cabecera y su nivel de aceptación era grande gracias a la exposición temprana que tuvo a los medios de comunicación. La intención de voto en las elecciones de 2012 estaba orientada hacia el Peña Nieto, pero más que tener una clientela electoral afín a sus propuestas que eran más bien dirigidas hacia la clase empresarial, tenía el monopolio del poder mediático y era experto en espectáculos.

De este modo, el candidato “de a pie” que estereotipaba a López Obrador tuvo que redirigir las demandas sociales al espacio mediático con el fin de generar la presencia que había perdido en su recorrido por el país. Víctima de la política priista, México se sumió nuevamente en un gobierno sin respuestas y con pretensiones de grandes cambios que terminaron por colapsar el sistema económico y político.

La estrategia de campaña de Obrador para las elecciones de 2012 no cambió, pero transformó el discurso y la manera de dirigirse hacia sus opositores. Con menos propaganda negativa y más experiencia, los resultados del PREP que señalaban a Peña como el ganador no fueron impugnados de manera inmediata, a diferencia de la elecciones de 2006, Obrador esperó los resultados finales y a partir de ello, inició un segundo periodo de resistencia civil en el que, junto con Acción Nacional demandaron la campaña de Peña Nieto por uso indebido de recursos, percepción de ingresos a la campaña de manera externa con un excedente de casi el doble otorgado por el IFE y la compra de votos, práctica común del PRI.

La campaña de 2012 estuvo marcada por la baja tendencia que tuvo López Obrador de alcanzar al puntero a pesar de las alianzas y aparentes escasos conflictos con los demás contrincantes. Al erigirse como candidato de la coalición Movimiento Progresista, limaba asperezas con posibles contrarios dentro de la coalición y a su vez, promovía la unión de las fuerzas con Ebrard como aliado.

La pasividad con la que se manejaba el candidato lo llevó incluso a afirmar que había tenido errores anteriormente y una falta de organización que lo llevaron a perder el poder, situación que no se encontraba latente ya que gracias al periodo de gobierno legítimo había logrado consolidar las bases de su movimiento y con ello conseguir bases fuertes que lo apoyaran durante estas elecciones.

En ese sentido, los “Fundamentos para una República Amorosa” en donde se señalaba que “la decadencia que padecemos se ha producido, tanto por la falta de oportunidades de empleo, estudio y otros satisfactores básicos como por la pérdida de valores culturales, morales y espirituales” (López, A. *La Jornada*) destacaba variables a las que siempre hacían alusión sus plataformas y en las que fijaba interés particular a la hora de profundizar en las propuestas de campaña, cosa diferente a los demás candidatos, condición distinta a la de otros candidatos.

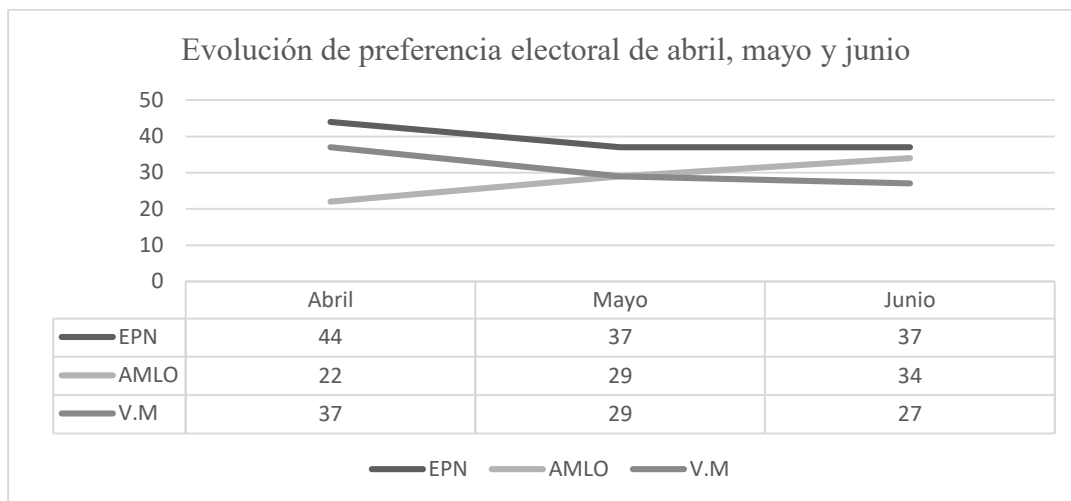
De tal manera que, consciente de lo que aquejaba el país después de dos sexenios en los que estos rubros eran sólo promesas, dentro de este mismo escrito que se asemejaba a lo que después sería el grueso de sus propuestas de campaña, señalaba también que, lo que debía combatirse, para conseguir una sociedad más humana era la desigualdad y las tensiones que ésta provoca así como las condiciones de inseguridad y violencia, se debía terminar con el desempleo, la pobreza, la desintegración familiar y la deserción de los jóvenes de las escuelas y por el contrario, promover su incorporación a trabajo y estudio. (López, A. *La Jornada*)

A pesar de la nueva estrategia, esta vez la coalición Movimiento Progresista no iba a la delantera, para la segunda quincena según la Encuesta Nacional de *El Universal/ Buendía Laredo* las preferencias estaban lideradas por Peña Nieto con 48% de las preferencias seguido de Josefina Vázquez Mota con 32% y en tercer lugar por Andrés Manuel López Obrador con 20%. La imagen no estaba dando resultados hasta abril, en donde Obrador se posicionó en segundo lugar con 23%, muy por debajo aún del 52% del candidato del PRI.

La batalla mediática esta vez se convirtió en una batalla por los medios y no dentro de ellos, con la acusación de que había televisoras que favorecían a Peña Nieto, la confrontación de Obrador con Televisa volvió a tornarse crítica una vez que el candidato señaló cierto favoritismo con Peña Nieto a quien desde tiempo atrás lo habían beneficiado con exposición constante. El incremento en las preferencias del candidato priísta hacían poco visible la victoria que, a final de cuentas se quedó nuevamente. Ante los resultados que favorecían a Peña por sobre Obrador, la demanda de algunos personajes era el respeto por parte de Obrador de los resultados, a lo que el candidato respondió que, esperaría los resultados oficiales.

Los resultados ya estaban dichos y las autoridades esperaban que Obrador no se opusiera. La impugnación de los resultados de este proceso electoral tuvo fundamento en el gasto publicitario que hizo Peña Nieto en campaña, fue denegada por el IFE y se le dio constancia de mayoría a EPN. A pesar de los excedentes evidentes que no sólo fueron presentados por Movimiento Progresista sino por Acción Nacional fueron ignorados y se dio paso al gobierno de transición en donde incluso se culpó a Calderón de haber intercambiado votos desde hace un sexenio anterior (Delgado, A. 2016), según cuenta el reportero Álvaro Delgado, en una reunión previa a las elecciones de 2006, Peña Nieto con sólo diez meses como gobernador del Estado de México había asegurado su futuro en la presidencia luego de que prometiera a Calderón 200 mil votos.

Este trato obligó a Calderón a que, en 2012, diera la espalada a la candidata de Acción Nacional y promoviera la candidatura de Peña Nieto. Cuando las encuestas habían colocado a Vázquez Mota por debajo de Obrador, la orden que tuvo en IFE, supuestamente proveniente de Calderón fue que se retiraran los *spots* que atacaban a EPN ya que lo habían perjudicado en su evaluación como puntero y habían hecho que Obrador se acercara más al favorito priísta.



37Fuente: elaboración propia con datos de Tracking del PAN. La evolución muestra lo que Álvaro Delgado denomina "La traición del PAN". Los porcentajes muestran el cambio de preferencia luego de que se retirara el spot "Peña es un peligro para México"

Así se definió la presidencia de la República, señala Ulises Ramírez en el libro *El amasiato* de Delgado, según el exsenador y diputado ex priísta más allá de tratarse de un acto de impunidad y fraude, el convenio fue a favor de la gobernabilidad en México. Luego de ganadas las elecciones, los testimonios afirman que, cuando se AMLO comenzó a subir en el puntero dejando una diferencia menor entre él y Peña, Calderón ordenó al IFE retirar el *spot*. La evaluación de las preferencias, marcaban un empate técnico entre Obrador y Peña, con unos cuantos puntos de diferencia, según el registro de campaña de Acción Nacional.

Morena después de las elecciones de 2012

Luego de las elecciones de 2012, Morena llegó a contar con una cantidad de simpatizantes equivalente a casi cinco millones de seguidores, lo que le asignó casi 16 millones de votos y una cobertura del 70% como vigilantes de casilla. Si bien, para entonces, Morena aún no se consolidaba como partido político, su existencia y operación durante la campaña electoral se vio relegada en la voluntad ciudadana de formar parte del cambio.

Antes de definir el rumbo de lo que sería el partido que contendría para 2018 luego del fraude peñista que invirtió todos sus esfuerzos por minimizar a López Obrador, lo que debía tenerse en cuenta para la última aparición de Obrador era fijar su atención en los lieres donde los estragos de las formas de hacer política priísta seguían arraigados y promover propuestas de políticas que brindaran seguridad a estos sectores de confiar su voto a un proyecto no clientelar pero si con visión a futuro.

Previo a la decisión de López Obrador para constituir su propio partido, se deslindó de la coalición Movimiento Progresista expresando su agradecimiento y recalando que, de ser necesario, caminaría a su lado por el bien del país, a lo que el Partido del Trabajo, eterno aliado del tabasqueño, respondió con lo que parecía una promesa de coalición ante los nuevos proyectos que se avecinaban para el siguiente periodo electoral.

Es en este contexto que se da la transición de ser una organización civil a la conformación de un partido político. Dicho proceso fue rápido y con buena recepción pese al rechazo que tenían algunos simpatizantes de Morena hacia el sistema de partidos mexicano que ya se encontraba bastante modelado según los intereses del priísmo cada vez más ineficaz.

Morena, con todas las fallas que ya habían tenido anteriores partidos y en un contexto de agotamiento democrático tenía la oportunidad de fortalecer sus líneas discursivas y con ello proponer una nueva oportunidad partidista para transformar al país. La ventaja más grande que ya tenía esta organización y que le brindó su entrada rápida al sistema fue la cantidad de simpatizantes que ya tenía para inicios del sexenio de Peña Nieto.

A partir de lo anterior, Morena, como partido nace el 19 de noviembre de 2019, con un ejercicio de democracia, que sentaría las bases en las formas de operar del partido, las votaciones a favor de que se convirtiera en un partido político fueron arrasadoras con un total de 86.3% que se inclinaba por esta decisión con el condicionante de que no perdiera la esencia de movimiento social que le había dado nacimiento.

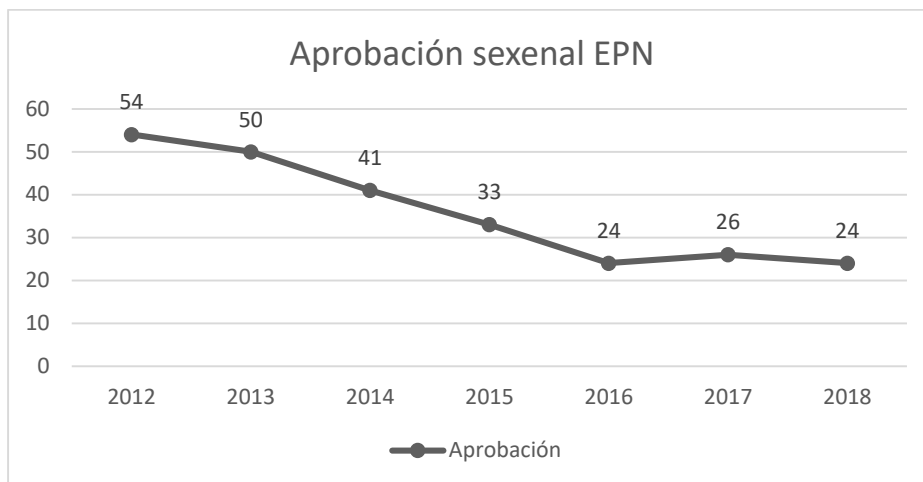
La promulgación de los estatutos y la escritura del código de comportamiento del partido-movimiento fueron una clase de especialización de todas aquellas fallas y aciertos que habían tenido a lo largo de su conformación, es decir desde el primer proyecto alternativo de nación propuesto para 2006 en el gobierno legítimo hasta las plataformas electorales más recientes escritas para 2012.

1.4. Elecciones 2018: la reducción de la crisis de representación

El último intento: panorama favorable para AMLO

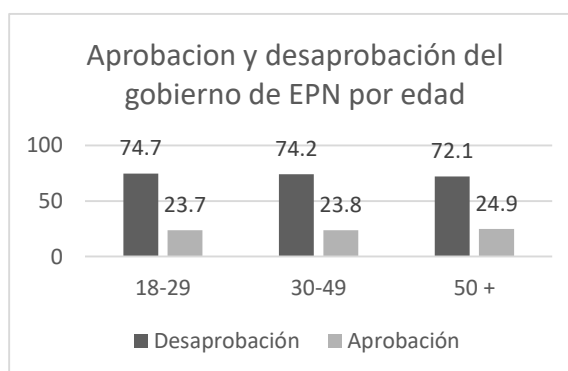
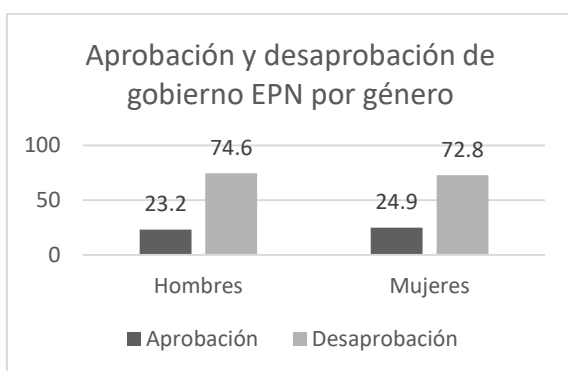
“Si llego con vida y la gente lo pide, yo voy de nuevo al 18, vamos de nuevo porque tenemos que lograr la transformación del país” esa fue una de las frases anteriores a que se diera a conocer que Andrés Manuel sería candidato nuevamente para las elecciones de 2018. Con una carrera política incansable detrás y un breve descanso en el que se dedicó a solidificar los principios de Morena como partido político, declararía que, de ser solicitado, volvería a contender por la presidencia de la República; sería la tercera vez, después de 12 años de campaña en los que tuvo la posibilidad de aprender de sus errores y de los errores de los mandatarios que le había arrebatado el poder.

La ruta en esta ocasión se trazaba distinta a otras ocasiones, Peña Nieto salía con una deplorable aprobación de 24% en su mandato, las cosas habían estado mal en cada uno de los rubros en los que Peña se había comprometido a mejorar las cosas. Esta vez, se veía un poder opositor debilitado y la necesidad de establecer alianzas era cada vez más latente, la utopía del establecimiento de la “República amorosa” comenzaba con el apoyo expreso de grupos que fueron críticos de AMLO por años y aliados de los antiguos mandatarios. Ante la necesidad inmanente de un verdadero cambio, sólo quienes se veían realmente afectados en cuanto a sus acciones de corrupción estuvieron en contra o quienes pretendían que se mantuviera el poder del PRI a pesar de la baja aprobación



38Fuente: elaboración propia con datos de Evaluación de gobierno de Enrique Peña Nieto en Consulta Mitofsky

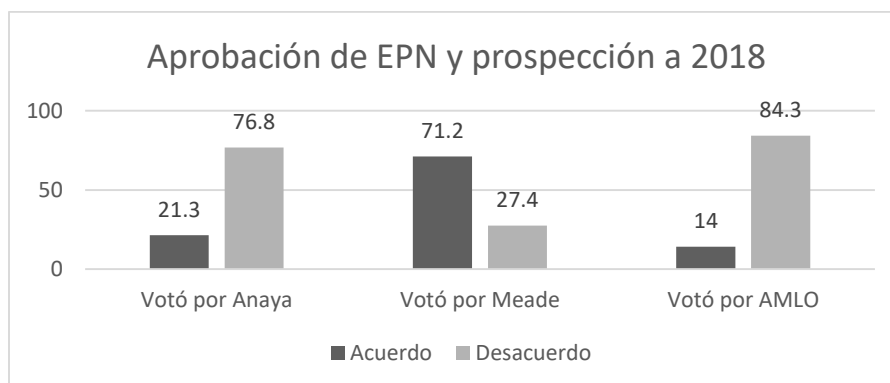
López Obrador ya no representaba la incertidumbre electoral que sus oponentes le habían atribuido, es decir, como lo había afirmado Antonio Solá, creador de la célebre frase “López Obrador es un peligro para México” ahora el único peligro que tenía frente el candidato era él mismo y su capacidad de realizar una campaña acorde a los vestigios de otros gobiernos y las necesidades sociales que habían ocasionado que estos tuvieran bajas evaluaciones. En los resultados electorales pudo observarse la segmentación de las opciones electorales en tanto que, gran parte de la población se encontraba es desacuerdo con el gobierno anterior, sin importar edad y género. Las opciones que había viables no mostraban apoyo al candidato del PRI, José Antonio Meade quien se deslindaba del PRI y se presentaba como un candidato de Nueva Alianza y tampoco se veía la opción de vislumbrar un retorno a Acción Nacional en tanto que, detrás de la campaña e incluso como parte de los *spots* se vieron figuras deslegitimadas como Fernández de Cevallos.



39Fuente: elaboración propia con datos de Evaluación de gobierno de Enrique Peña Nieto en Consulta Mitofsky

Se necesitaba reducir la crisis que existía en el país, crisis económica, crisis social, crisis cultural, pero, sobre todo, la crisis de representación política. Se necesitaba atraer de nuevo a los ciudadanos hacia la política y las promesas incumplidas de los mandatarios antecesores habían restado toda opción de credibilidad en la funcionalidad del gobierno y sus instituciones. La respuesta la tenía AMLO, restablecer el país a partir de la honestidad, la justicia y el amor como distintivo para hacer el bien por los demás, la instauración de una república soberana, unida y en paz, la propagación de

estos valores junto con el malestar colectivo contra los gobiernos muestra cómo es que, un 84.3% de los ciudadanos que desaprobaron el gobierno saliente fueron los que votaron por AMLO mientras que un 76.8 votó por Anaya, el candidato de Acción Nacional.



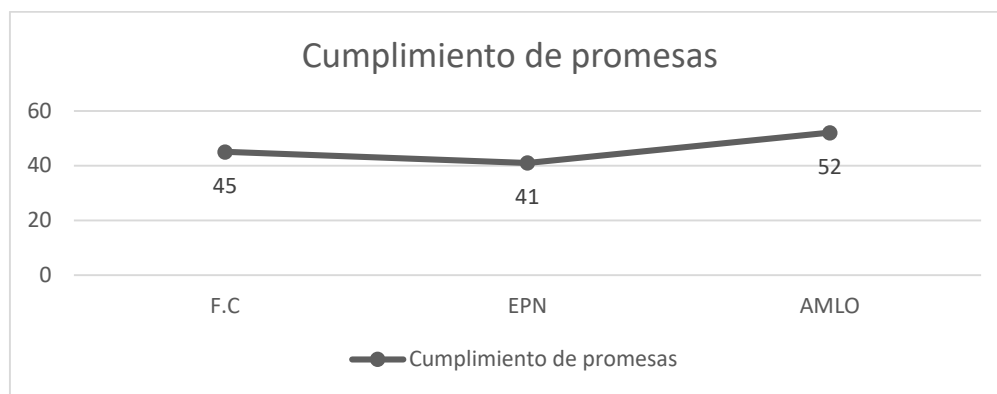
40Fuente: elaboración propia con información de Consulta Mitofsky. Aprobación de Enrique Peña Nieto por segmentos.

Los intereses de AMLO habían cambiado y sus propuestas de campaña se habían reducido a ejes estratégicos que los resumían: 1. Rescatar al Estado; 2. Acabar con la corrupción; 3. Terminar con los privilegios en el gobierno; 4. Lograr el renacimiento social y económico del país; 5. Consolidar el Estado de Bienestar; 6. Tener una sociedad segura y 7. Hacer posible una república amorosa cimentada en la honestidad y el bien colectivo (*Financiero*, 2016)

Cada uno de estos ejes responden a una deficiencia arrastrada desde la primera campaña de López Obrador y por consiguiente de ser cumplidos, representarían una ligera restauración en el sentirse representados de la comunidad. La prioridad del gobierno sería en primer lugar reducir la inseguridad, un saldo que había quedado pendiente desde Fox y que sus sucesores sólo habían aumentado de manera desmedida, le pondría fin a la ineficaz reforma educativa implementada por Peña Nieto y ligeramente esbozada por Calderón, la persecución de los profesores dejaría de ser uno de los detonantes de la crisis por sus movilizaciones y plantones, AMLO les había prometido resolución.

Las expectativas que los electores tenían para las elecciones señalaban que, de ganar, AMLO representaría un cambio verdadero (54%), si bien no se hacía énfasis en temas como económicos, de seguridad o política, un 43.2% de los electores consideraba que el país mejorará durante el sexenio de Obrador. Según la encuesta Mitofsky sobre las percepciones iniciales que se tenían sobre el gobierno electo de Obrador, la credibilidad y legitimidad con la que inició su gobierno fue de 60.3%, sólo superado por Fox quien tenía la bandera de la democratización.

La sociedad estaba cansada, de la política, de las promesas incumplidas y el ánimo en el inicio de la contienda lo demostraba. Cuando se preguntó a los electores sobre la capacidad de los gobernantes electos de cumplir con sus promesas, los dos anteriores sexenios no estaba siquiera próximos a lo que se esperaba de gobierno de Andrés Manuel.



41 Fuente: elaboración propia con información de Consulta Mitofsky. Expectativas del gobierno 2018-2024

Ya no se trataba de la guerra sucia de 2006 o de la telenovela creada para 2012, eran un proceso electoral serio en el que la ciudadanía estaba a la espera de emitir su voto, tan es de esa manera que, en los resultados finales, se registró una participación histórica de 63.8% de votantes del padrón electoral del cual 53.18% inclinó su preferencia por López Obrador.

A pesar del entretenimiento que hubo con los respectivos debates que, en esta ocasión cambiaron de formato, la actitud de Obrador se percibía distinta, ya no era el hombre agresivo y a la defensiva que lanzaba ataques a la menor provocación, su imagen estaba caracterizada por ser un hombre serio, burlón cuando lo ameritaba y agradecido con quienes lo aclamaban

La oposición le proporcionó todos los elementos para llevar una campaña relativamente tranquila y a pesar de que no fue evaluado como ganador en ninguno de los debates, se reafirmaron las propuestas de campaña. Ya no había desvíos de tema y los ataques de Ricardo Anaya, relacionado con eventos del pasado quedaban atrás. El contexto de salida de Peña se mostraba convulso por las decisiones de último momento y la advertencia constante de AMLO de poner punto final a la reforma que con tanto esfuerzo había arrastrado hasta el final del sexenio.

Obrador no baja del puntero, la lucha por el segundo lugar se hizo más evidente en el tercer debate, pero, claramente el apoyo ya estaba orientado hacia Andrés Manuel. La presentación de lo que iba a ser su gabinete animó las expectativas de muchos, el ánimo de fiesta en sus mítines y la victoria en la puerta hicieron del cierre de campaña llamado *AMLOFest* una festividad en la que se respiraba el triunfo con cada ¡Presidente, presidente! Este último intento, era el bueno. Esta vez, a pesar de no representar a la mayoría, el descontento permitió que por lo menos, en materia de cambio por algo diferente, los simbolismos y el discurso de AMLO encajaban en las expectativas de transformación.

Hacia la Cuarta Transformación: construcción de la campaña y estrategias

La creación de la campaña fue un trabajo conjunto entre todo un equipo que diseñó el triunfo de AMLO sin quitarle el carisma que lo representaba. A la cabeza, Tatiana Clouthier quien desde 2012 se había anexado al proyecto de transformación del país. Los retos que se debían afrontar era el interés repentino de los medios en captar la atención sobre AMLO. Con citas a entrevistas en todas partes y un candidato que prefería hacer campaña a pie, el *war room* de AMLO se decidió por establecer un comité de representantes que se encargarían de asistir al Obrador cuando no pudiera estar en alguna entrevista; el error de 2012 no se repetiría, no se dejaría ningún espacio vacío.

La trayectoria de la campaña no comenzaba en 2018 sino desde que en diciembre de 2017 AMLO presenta su renuncia como presidente de Morena y registra su postulación como precandidato a presidente. Un día después se formaría lo que representaría el proyecto de Obrador, la coalición *Juntos haremos historia* conformada por Encuentro Social y el Partido del Trabajo. Seguido del registro de Obrador como candidato único sale al aire el *spot* “Ya sabes quién” como parte del promocional de precampaña del candidato tabasqueño. Para el 30 de marzo dan banderazo las campañas y Obrador inicia su campaña el 1 de abril en Ciudad Juárez. La presencia de las redes sociales comienza a ser parte de la campaña de López Obrador con el hashtag #UniversitariosConAMLO, para el 31 de mayo AMLO se encuentra en la cima de las encuestas con 52.8% de preferencia electoral.

A un mes de que sean las votaciones, se difunden *spots* en donde se cuestiona la capacidad de Obrador para gobernar por su salud y edad posible consecuencia de que un día antes Reforma y Parametría situara a AMLO con una ventaja de 26 puntos sobre Anaya y 30 sobre Meade.

Para el 1 de julio el resultado de la batalla es innegable, los esfuerzos de Acción Nacional por imponer a su candidato fueron nulos, con un total de votos de 30,033,554 votos, Andrés Manuel se declara presidente constitucional de los Estados Unidos Mexicanos luego de 12 años de lo que pareció una campaña interminable. Sus contrincantes aceptaron la derrota sin impugnación alguna y por parte de Peña Nieto, tuvo la promesa de un gobierno de transición pacífico y cooperativo.

El marketing político durante la campaña

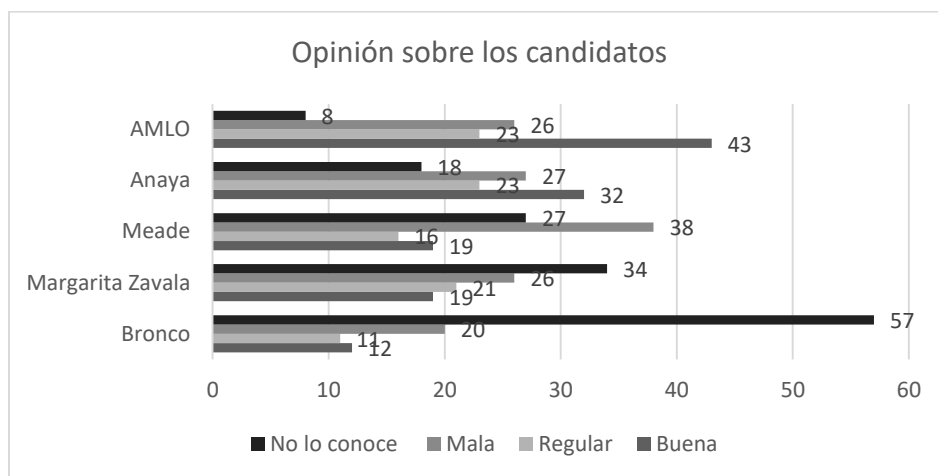
La construcción de la imagen de Obrador no fue sencilla para estas elecciones, con el fin de romper con la idea que se tenía del candidato opositor, se procuró retomar en todo momento los principios de Morena, ya constituido como partido político; la insistencia en el cambio verdadero, la recuperación del Estado y la garantía de una vida justa basada en la instauración de un estado de bienestar, conformó el discurso del López Obrador durante toda su campaña (Plataforma electoral, Morena, 2018).

Además de la construcción simbólica de los rasgos que definirían al candidato, a saber, honestidad, experiencia, tranquilidad, sabiduría y respeto por las tradiciones, la segmentación del electorado por parte de sus estrategias de campaña, mismos entre los que se contemplaban casi todo el equipo cercano al presidente y que se vio participante durante todo el desarrollo de la misma, permitió que, a pesar de ser el candidato con más edad, fuera el que ganara el apoyo de los ciudadanos jóvenes, público objetivo para estas elecciones.

La modificación de la manera de hacerse presente en el espacio público se vería modificado por la presencia de las redes sociales como un espacio político que no se encontraba para entonces regulado. Con el hartazgo hacia los *spots* de campaña que, desde años atrás había perdido credibilidad por ser fundamento de las mentiras de otros políticos, las campañas “al aire” se modificarían acorde al 24% de los ciudadanos espectadores que señalaban estar aburridos de las producciones monótonas durante campaña.

Con un espacio mediático más especializado y por lo tanto más exigente, la evaluación de la imagen proyectada volvió a ser tema de interés para los *war rooms* en donde la evaluación de la percepción que el electorado tenía de candidato definiría el rumbo de los demás productos audiovisuales de los

que se serviría la campaña, en este sentido, es posible observar cómo es que, según una encuesta de *Reforma*, la percepción de la imagen de AMLO es muy buena y el interés dentro de las campañas, más allá de estar enfocada en evitar que Obrador llegue a la presidencia está quitar al PRI de la presidencia. Puede ser que esta evaluación haya sido el detonante del cambio en el discurso de Meade que lo deslindaba del PRI y lo hacía sólo parte de Nueva Alianza.



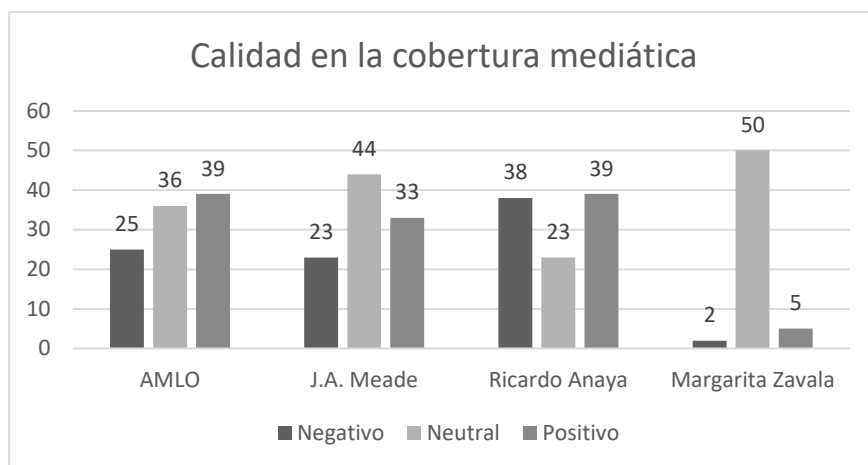
42Fuente: elaboración propia con datos de *Reforma* 2018.

La estrategia llevada a cabo por el candidato puntero se fundamentó en la atracción y conservación de tres segmentos electorales que le permitieron continuar con la percepción positiva que tenía su imagen: el voto contra el partido en el gobierno, reafirmar el apoyo de los grupos de izquierda y continuar incentivando la participación de jóvenes en las elecciones, proponiendo apoyos y programas para su desarrollo. Estos tres ejes permitieron que, como producto, AMLO se posicionara como un candidato que cumplía con las expectativas de ser la diferencia entre la deslegitimación que habían provocado los sexenios del PAN y el PRI.

A lo largo del desarrollo de las diferentes campañas que este personaje ha tenido en la historia del nuevo siglo, ha reafirmado sus actitudes y posiciones frente a sus críticos y simpatizantes. Ha logrado modificar su forma de dirigirse a quienes lo atacan y se ha apegado a la ley a partir de aseveraciones que ha hecho durante campaña como “al margen de la ley nada; por encima de la ley nadie” (Padilla, S. 2018: 31) y a la emotividad con “no les fallaré, no le fallaré al pueblo mexicano, estaré a la altura del gran pueblo mexicano”.

La estrategia en medios: lo digital en la campaña de Obrador

De los medios de comunicación, la perspectiva sobre la que se fundamenta la tematización que hacen los medios en materia de evaluación de los contenidos e interpretación de sus acciones, el promedio de manejo de información positiva se encuentra entre los 30 y 40 de los cuatro candidatos más mencionados, por otra parte, el énfasis negativo a la hora de tematizar la agenda de Anaya lo posiciona como el que tiene cobertura mediática negativa, posible fruto de las acusaciones que tuvo por fraude.



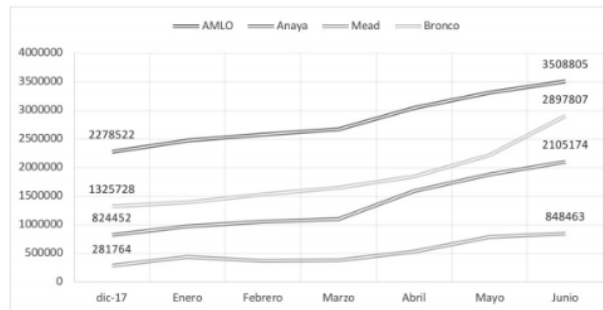
43Fuente: elaboración propia con datos de *El Financiero en Padilla, S. 2018*

Otro de los espacios en los que se tuvo que adecuar la campaña fueron las redes sociales, mejor conocidas como las “benditas redes sociales” en donde se dio la mayor parte de las interacciones de los candidatos con electores, opositores y donde se renovó la forma de hacer política eliminando la brecha entre los ciudadanos y los candidatos y donde fue posible interactuar con ellos de manera directa. Tal fue la influencia de las redes sociales que, en uno de los debates, la dinámica se desarrolló a partir de la *e-participation*, con el envío de preguntas por medio de la plataforma *Twitter*. Si bien, no era la primera vez en la que las redes sociales tuvieran influencia en las elecciones, para estas elecciones según datos del INE, por lo menos en la plataforma de *Facebook* se había registrado una interacción de entre 70 y 80 millones de usuarios mayores de 17 años (89% del padrón electoral).

Según la conformación del perfil del votante para las elecciones de 2018 hay todavía cierta influencia de los medios tradicionales en la intención del voto, pero se percibe una creciente atención en lo que dicen los medios alternativos como redes sociales, esto gracias a que los candidatos tienen la oportunidad de seguir la difusión de sus plataformas a partir de interacciones que den publicidad adicional a las propuestas planteadas. En ese sentido, la encuesta de motivación del electorado para las elecciones de 2018 muestra que entre los dos rubros que más influyeron en el voto de los mexicanos fueron las campañas de televisión (39.6%), las campañas en redes sociales (33.9%), la información en radio y televisión (33.8% y la información en redes e internet (30.3%)

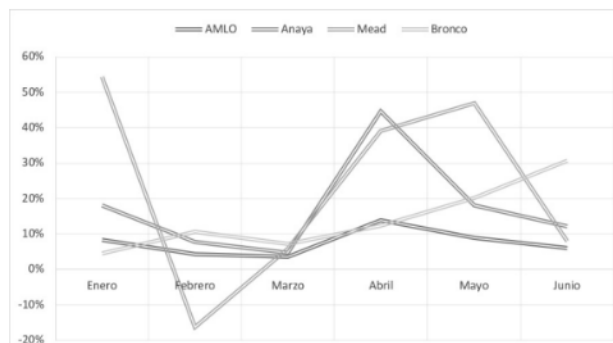
El avance de la estrategia de campaña dentro de las redes sociales ponía en ventaja a AMLO quien, tanto en *Facebook* como en *Twitter* ya tenía bastantes seguidores. Según datos específicos, para diciembre de 2017, AMLO ya contaba con más de dos millones de seguidores mientras que El Bronco se posicionaba como el más cercano en seguidores con poco más de un millón de seguidores. Por su parte, los otros dos candidatos con mayor número de seguidores estaban por debajo de esta cifras.

Figura 7. Crecimiento total de cuentas en Facebook (diciembre 2017-junio 2018)



44Fuente: imagen tomada de "Las campañas digitales" en Dorantes, G. Perera, R y Sánchez, C. 2018 con datos de Social Bakers.

Figura 8. Tasa de crecimiento de las cuentas de los candidatos en Facebook (enero-junio 2018)



45Fuente: imagen tomada de "Las campañas digitales" en Dorantes, G. Perera, R y Sánchez, C. 2018 con datos de Social Bakers.

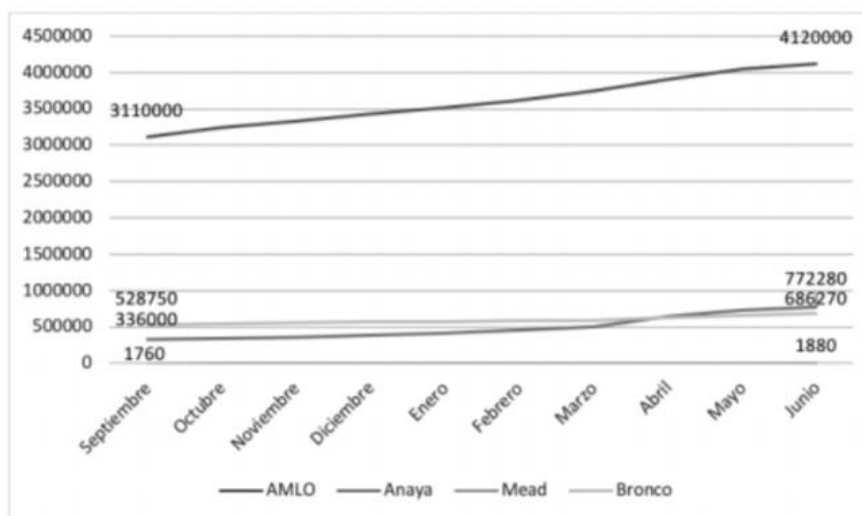
El interés en la plataforma *Facebook* deviene de que es la fuente principal de mucho cibernautas gracias a su accesibilidad, capacidad de interacción y publicación de contenido (a diferencia de *Twitter* que proporciona caracteres limitados y una mayor restricción en contenido) Según Mitofsky, el uso de redes sociales como fuente de información para orientación del votante estuvo concentrado de la siguiente forma:

	Internet	Facebook	Twitter	YouTube	WhatsApp
DIARIO	50.2	46.1	13.8	32.3	56.1
NUNCA	26.2	30.3	61.4	35.5	27.5

46Fuente: elaboración propia con datos de Mitofsky. Análisis de encuestas de salida de 4 elecciones presidenciales

Twitter fue también una de las arenas en las que se desarrolló la discusión política y la difusión de preferencias electorales. Al igual que en *Facebook*, AMLO ya contaba con una presencia amplia en esa red social luego de que, en elecciones anteriores, muchos universitarios manifestaran su apoyo por esa plataforma. En esta plataforma, Obrador ya tenía más de tres millones de seguidores mientras que Anaya tenía 336,000 seguidores y Meade a penas 1,760 seguidores (Dorantes, G *et al.* 2018: 148-149)

Figura 4. Crecimiento del número de seguidores en Twitter, por candidato, durante el proceso electoral



47Fuente: imagen tomada de "Las campañas digitales" Dorantes, G. Perera, R y Sánchez, C. 2018

El uso de cuentas falsas por parte de algunos candidatos para engordar sus cuentas no logró conseguir acercarse a la cantidad de seguidores que tenía Obrador en sus redes. La presencia en medios que tenía el candidato le daban una mayor presencia y su reciente reconciliación con los medios tradicionales hacían que quedara cubierto dentro del espacio mediático, a pesar de su poca actividad en las cuentas de *Twitter*, sus seguidores incrementaron junto con la imagen de su coordinadora de campaña, Tatiana Clouthier, quien se convirtió en una figura que atrajo a los votos jóvenes bajo la imagen de "La Tía Tatiana" que, con confrontaciones directas desde su cuenta personal atendía comentarios, críticas y solicitudes junto con otros personajes del movimiento como la candidata a Senadora por la Ciudad de México, Citlali Hernández e incluso la esposa del candidato, Beatriz Gutiérrez Müller.

El gasto en la publicidad de las redes sociales también debía estar incluido en uno de los rubros de gasto que tendrían los candidatos a rendir cuentas hacia el INE, de esta manera, tanto Anaya y Mede fueron los que más gastaron para promocionarse en redes sociales (debido a su baja presencia en las mismas) con un gasto de \$86,236,356.67 y \$98,770,256.04 respectivamente. Por otra parte, AMLO fue el que menos gastó en propaganda pagada por internet con sólo un gasto de \$5,248,637.92 ya que era el lugar en donde estaba su electorado fuerte de apoyo. El manejo de una campaña austera, tal y como lo sería el gobierno, reguló los gastos de campaña a modo de no provocar excedentes ni deudas.

Los medios tradicionales, como se ha dicho con anterioridad no han sido desplazados, después de todo, a pesar de la mediatización a través de las redes sociales que va en progreso, la televisión antes que la radio y los periódicos sigue siendo la principal fuente de información del electorado mexicano. En este sentido, el tiempo dentro de la televisión, la repartición de espacios y el "piso parejo" para cada uno de los partidos en materia de minutos dentro de la televisión tiene como fin aumentar los simpatizantes y con ello el apoyo hacia cierto proyecto político.

En las elecciones de 2018 a diferencia de otras elecciones la exposición en medios, como es habitual, sería designada por el INE acorde a los tipos establecidos para llevar a cabo las campañas. De esta manera, se determinó que la distribución comenzaría con la precampaña de 60 días, intercampaña de 46 días y 90 días de campaña con: 3,111 emisoras, 1,877 de radio y 1,234 de televisión, así como 59,731,200 *spots* pautados para los procesos federales y locales. La distribución por partido y coalición quedaría de la siguiente manera:

Partido/candidato	Spots por partido	Spots por coalición
PRI	5,774,016	Todos por México 9003,234
PVEM	1,891,488	
PANAL	1,337,730	
PAN	4,349,178	Por México al frente 8,673,468
MC	1,748,382	
PRD	2,595,908	
Morena	2,140,368	Juntos haremos historia 4,597,836
Encuentro social	1,263,066	
PT	1,188,402	
Margarita Zavala	115,107	
Jaime Rodríguez <i>El Bronco</i>	115,107	

Fuente: (INE 10 abril 2018).

48Fuente: imagen tomada de "¿Benditas redes sociales? en García, C. 2018

Las campañas en medios tradicionales y digitales pusieron en evidencia las expectativas sociales que se tradujeron en los resultados de las urnas, el cambio en la forma de percibir muchos de los aparatos que tienen incidencia dentro de las elecciones fué replanteado una vez que el poder que se mostraba en las encuestas, redes y percepciones, fue el resultado en las elecciones. Sin irregularidades y sin impugnaciones, los resultados finales de las elecciones fueron aceptados y congratulados por los candidatos de la competencia.

La campaña que mejor maneja: a ras de tierra y la cercanía con la gente

Las giras que han caracterizado la difusión del movimiento lópezobradorista estuvieron presentes durante la campaña de 2018; siendo el candidato con más conocimiento y ventaja en este aspecto, su presencia ha sido percibida manera positiva en tanto que no se concentra en las grandes ciudades, sino que visita también comunidades rurales, indígenas y migrantes; público objetivo si no en atracción del voto si en beneficio de sus intereses dentro de las propuestas del partido.

Conseguir la cobertura de estas áreas se hizo con el apoyo de todos los miembros de su estrategia de campaña, desplegando representantes por toda la República que asistieran a las reuniones de comités de partido y comunidades para, esta vez, no dejar ningún espacio libre de visita y atención. Además de considerar dentro de esta estrategia toda la historia que AMLO ya tenía detrás de él, las coaliciones

con todos partidos como Encuentro Social permitieron que el apoyo incrementara en tanto que los distritos afines al Partido del Trabajo, al PES y los ya ganados por Morena estarían unidos en las elecciones, ganando zonas distritales y segmentos que para Morena por sí sólo, le resultaba imposible cambiar de afinidad.

La apropiación del espacio que tuvo AMLO durante toda la campaña, realizando mítines en lugares emblemáticos y que concluyeron con el cierre de campaña que se convirtió en una fiesta cultural con una numerosa asistencia dilucidó el poder que lo acompañaba y que daría paso al cambio. Un evento similar se dio en Zócalo cuando el consejero del INE, Lorenzo Córdova lo declaró ganador.

Zócalo será...

Cada candidato mandó un mensaje de triunfo debido a que algunos de ellos ya sabían que iban perdiendo en las encuestas y que la audiencia que los acompañaba era escasa. Con todas las de ganar, Obrador cerró el AMLOFest con promesas, vitoreo y plena confianza en que estas serían las elecciones que darían paso a la tan necesaria transformación.

Narrado de primera mano, Clouthier señalaría los nervios que se sentían tanto en la casa de campaña un día previo a las elecciones y ese mismo día. Si existía la posibilidad de poder ganar y esa sensación se confirmó cuando Peña Nieto votó: su cara de enojo, su rostro revelaba (Clouthier, T. 2018: 273). Con ese tipo de comportamiento, los “vientos de esperanza” a los que aludía Paco Ignacio Taibo II se sentían. Las calles por donde pasaría que él se convertiría en presidente estaban abarrotadas de personas que querían estar en primera fila para cuando declararían a AMLO ganador. Ya estaban todos los preparativos para el triunfo, ya había gente en la plancha del centro capitalino a la espera de los resultados.

A partir de las primeras encuestas de salida del PREP, Meade fue el primero en reconocer su derrota: “lo números no nos favorecen y reconocemos que hay ventajas para el candidato de Morena” dijo el candidato. Seguido de él vendría Anaya a informar que, después de hablar con Obrador para felicitarlo por su virtual triunfo, le deseaba el mayor de los éxitos por el bien de México. Los contendientes estaban seguros de su derrota y la aceptaron de una manera digna y con todo el respeto hacia las elecciones.

Felicitado por empresarios, oposiciones y sus adversarios, Obrador se declaraba el candidato ganado, situación confirmada luego de que el consejero del INE, Lorenzo Córdova diera formalmente los primeros resultados de los conteos preliminares. Hace doce años, en esta misma situación, anunciaron que Calderón había ganado por una diferencia mínima, hace seis, Peña Nieto le había robado la presidencia comprando a los electores, esta vez, el INE reconocía un total de 53.8% de ventaja sobre otros candidatos declarándolo virtual ganador de las elecciones de 2018.

Era la primera vez, después de doce años, que se respiraba tranquilidad, regocijo y legalidad junto con legitimidad. Se había recuperado, luego de doce años y parte del gobierno de Fox, el desgastado bono democrático. Al grito de *¡es un honor estar con Obrador!*, el presidente electo fue rumbo al Zócalo en donde diría sus primeras palabras, esta vez como el ganador:

“Llamo a todos los mexicanos a la reconciliación y a poner por encima de los intereses personales, por legítimos que sean, el interés superior, el interés general (...) agradezco a

todos los que votaron por nosotros y nos han dado su confianza para encabezar este proceso de cambio verdadero. Expreso mi respeto a quienes votaron por otros candidatos y partidos [...] el Nuevo Proyecto Nacional buscara establecer una auténtica democracia.

No apostamos a construir una dictadura abierta ni encubierta. Los cambios serán profundos, pero se darán con apego al orden legal establecido. Habrá libertad empresarial, libertad de expresión, de asociación, de creencias; se garantizarán todas las libertades individuales y sociales, así como los derechos ciudadanos y políticos consagrados en la Constitución” (Clouthier, T. 2019: 277)

Como lo diría Ciro Murayama, esta vez, México dormiría en paz, sabiendo quién será el próximo presidente. La nación se confirmaba democrática ante sí y el mundo (García, C. 2018: 111) con resultados transparentes, sin posibilidad de ser impugnados y sin errores dentro de sus conteos, México recuperaba así la democracia que le había sido arrebatada desde sexenios anteriores y que habían cimentado en la sociedad un malestar generalizado que se expresó en el voto de ese día.

Si Obrador ganó por simpatizantes, por suerte o por el voto de castigo, ya era otra cosa, había ganado con una mayoría impresionante en cada uno de sus cargos: Morena arrasaba con los cargos a lo largo y ancho de la República con perfiles electorales distintos que no pudieron ser englobados sino considerados como el pleno ejercicio de la democracia mexicana.



49Fuente: gráfica tomada de Consulta Mitofsky sobre expectativa de gobierno 2018-2024

La reducción de la crisis de representación a través de las propuestas de López Obrador

A partir de las diferentes propuestas según los sexenios, es posible observar la constante de algunas políticas o propuestas sobre otras, tal es el caso del combate a la corrupción, el incremento de los empleos y del salario mínimo así como la igualdad en términos de educación. También puede verse

una profesionalización y especialización en el discurso de Andrés Manuel. En cada elección, las propuestas son cada vez más específicas y parten de las plataformas y de las promesas ya hechas por el candidato en el pasado, tan es así que en las últimas elecciones, las propuestas pueden ser entendidas a través de la segmentación y clasificación en ejes rectores desde los cuales se despliega el grueso de las demás propuestas.

Si se hace un análisis por año, en 2006 la preocupación económica por parte del candidato no estaba en el beneficio a grandes empresarios, sino en, a partir de los tratados económicos como el TLCAN amparar a las clases pobres. En el rubro de seguridad, es posible ver cómo tanto en 2006 como en 2012 las propuestas de Andrés Manuel difieren, ya que él no busca una profesionalización de la policía o de las Fuerzas Armadas sino que su interés está en el bienestar de la población a partir de reformas y de limitaciones legales del actuar de las fuerzas represivas

En materia de empleo, es perceptible como en los tres diferentes sexenios a los que AMLO se postuló, hay una ampliación de la posibilidad de incrementar los empleos y además se considera a un sector desprotegido por las políticas gubernamentales: estudiantes que no trabajan, estudian y tampoco tienen las posibilidades de hacerlo por falta de experiencia laboral que les permita conseguir un empleo acorde a sus capacidades y posibilidades. Un punto importante en materia de educación es la búsqueda de la simetría entre las diferentes formas de educar a través de acuerdos laborales, consejos educativos y la profesionalización de los docentes.

A partir de la observación de las principales propuestas de Andrés Manuel López Obrador en sus plataformas electorales de los tres sexenios en los que fue candidato, puede concluirse que la crisis de representación política que sentían los mexicanos con respecto a los otros candidatos deviene directamente de las propuestas que se hacen en beneficio de la sociedad y en beneficio de otros sectores. La diferencia que hay entre las propuestas de Felipe Calderón, Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador es a quién van dirigidas.

2006 Coalición Por el Bien de Todos	
Economía	<ul style="list-style-type: none"> - Cambio de política económica - Neoliberalismo benéfico para pobres - Autonomía de Banxico - Contra corrupción para gasto público - Estado de bienestar - TLC > cooperación para desarrollo - Inversión pública - No privatización de Petróleos ni energía - Manejo de inflación y déficit
Empleo	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento salario mínimo - Autoconsumo - 400 mil empleos anuales - Promover industria para empleos - Momento de turismo - Autoempleo - Austeridad burocrática - Cambios en leyes laborales
Educación	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliación de espacios

<ul style="list-style-type: none"> - Modificar sistema de evaluación - Transformación educación incluyente según capacidades - Garantizar presupuesto - Combatir asimetría entre escuelas rurales - Obligatoriedad de educación media superior - Programa de becas para evitar deserción
<p>Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tranquilidad y Seguridad Pública - Combatir delincuencia con empleo - No corrupción en cuerpos policiacos - Coordinar niveles de Gobierno - Fortalecer Fuerzas Armadas - En seguridad con legalidad y no profesionalización

A comparación de lo que se observó en las elecciones de 2006 en donde Calderón hacía clara alusión a beneficiar a los empresarios y que en la encuesta de salida de su sexenio fue lo que se percibió, López Obrador buscaba el bienestar económico de los que menos tienen a través del cambio en la política económica y su manera de funcionar. Con el establecimiento de un Estado de bienestar fundado en medidas austeras que se justificaban con el hecho de que los de arriba no pueden seguir gozando de los privilegios que tenían mientras la población estaba sumida en la pobreza, proponía un modelo que ayudara que los mexicanos progresaran.

Con el antecedente de los logros que había tenido como jefe de gobierno, impulsaba el freno a la pretensión de privatización que después sería retomada por Peña Nieto y que terminarían por corromper Pemex ante empresas extranjeras dejando en desventaja a la producción de la mezcla mexicana. El fin del modelo neoliberal o por el contrario su adecuación para hacerlo funcionar a modo de no perjudicar a los que menos tiene sería una propuesta recurrente en su discurso. Como opositor a los gobiernos en turno, los sería también al modelo económico que implementaban que, a juicio de él, no hacía más que sumir al país en la pobreza, aumentar las deudas e incrementar las desigualdades sociales y culturales de los mexicanos. El gobierno de los privilegios con el que trató de terminar tendría continuidad para el siguiente sexenio.

Sobre sus políticas de empleo, claramente la representación hubiera incrementado si el saldo que tuvo en conmoración con lo que AMLO proponía se hubiera cumplido. Si bien, una de las propuestas de Calderón era la de incrementar empleos, lo que incrementó fueron las muertes a manos del crimen organizado y el nacimiento de una red de corrupción en donde se verían involucrados funcionarios de su propio gabinete. Para Obrador, en cada una de sus candidaturas, la promoción de un salario digno era prioridad, así como la modificación de las leyes laborales a modo que le resultaran benéficas a los trabajadores antes que a los jefes y directivos.

En materia de educación las propuestas de AMLO en nada se parecían a la intención de reforma de Calderón. Obrador tenía la convicción de que, apoyando a la comunidad estudiantil mediante ampliación de espacios, mejoras en la capacitación de los profesores y apoyos económicos, con el fin de reducir la asimetría que existe entre la educación rural y la urbana. En materia de seguridad, a diferencia de Calderón que ponía énfasis en la profesionalización de las fuerzas policiales, para Obrador la prioridad era el combate a la corrupción al margen de la ley dentro de estos mismos grupos

policiales, la coordinación del gobierno con las fuerzas armadas tenía como fin, evitar que, como se hacía anteriormente, tuvieran un poder autónomo no oficializado.

Las propuestas para este año estaban parcialmente fundamentadas en las necesidades que AMLO había percibido durante su gestión y sus recorridos por la República, muy diferente a lo que Calderón proponía basado en estrategias de segmentación que, en lugar de unificar las propuestas para representar parcialmente a la mayoría, elaboraban discursos a modo de convencer y atraer los adeptos. Con Calderón, la crisis está dentro de las mayorías, los sectores empresariales están de acuerdo con sus medidas, mientras la población de clase baja y media es olvidada por un sexenio más. Las propuestas que no corresponden al grueso de las necesidades sociales comienzan, si bien no comienzan aquí, si se hacen notorias luego de que se pasara el velo de la ilusión democrática establecido con Fox.

2012: Coalición Movimiento Progresista	
Economía	<ul style="list-style-type: none"> - No monopolios - No aumento y creación de impuestos - Créditos para microempresas - Priorizar transporte público - Crecimiento de 6% anual - Impulsar producción - Abolir privilegios fiscales - Austeridad republicana
Empleo	<ul style="list-style-type: none"> - Crear más de un millón de empleos anuales - Respetar derechos y prestaciones - Productividad con capacitación - Libertad sindical - Empleo estable y bien remunerado - Formalización del sector informal - Participación de trabajadores en la Administración de Empresas
Educación	<ul style="list-style-type: none"> - Mejoran calidad - Becas por criterio socioeconómico - Reformar formación de docentes - Creación de Consejo para Planeación Educativa - Incremento de presupuesto - Reducir la asimetría entre varias regiones
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Unificación de fuerzas para combate a la corrupción - Reformas a ley contra la delincuencia - Pista blanqueo de dinero - Políticas de prevención integral - Asistencia y coordinación de Policía Municipal - Política antidrogas

Luego de la evaluación de los resultados del gobierno de Calderón, la plataforma de Obrador se transformaría acorde a las necesidades latentes de la sociedad. Dentro de la economía ya no sólo se pone énfasis en la distribución de la riqueza de los ricos y los corruptos hacia los pobres, sino que se contempla la eliminación de los monopolios dentro del control económico. Es en esta plataforma electoral en donde hace aparición la insistencia de no aumentar ni crear nuevos impuestos, una

modificación entre la plataforma anterior y ésta es que la austeridad republicana ya no se sitúa dentro del empleo sino como una prioridad económica que va a proveer de fondos para el desarrollo y crecimiento del país.

A diferencia de la plataforma de 2006, se incluye el apoyo mediante créditos a pequeñas y medianas empresas, saldo que dejó pendiente Calderón. Aunado a ello se propone el crecimiento del país a un 6% anual, propuesta que no había sido registrada anteriormente y que coincide con la percepción de pobreza que se tuvo durante el gobierno saliente.

En materia de empleo, para las elecciones de 2012 se promovía un incremento de 400 mil empleos a un millón de empleos anuales, contraste con el desempeño en materia de desempleo y ocupación ejercida en el gobierno de Calderón. La propuesta de tener libertad sindical, un empleo estable y bien remunerado, así como fomentar la participación de los trabajadores en la administración de sus empresas, fueron propuestas lejanas a lo que se pretendía para 2012 con la agenda de Peña.

Un punto de encuentro entre ambas plataformas fue la incorporación del sector informal al formal, sin embargo, en todo lo demás, varía. Sobre la educación, AMLO propuso la mejora en la calidad de ésta, la asignación por criterios socioeconómicos, el incremento del presupuesto y la creación del Consejo para la Planeación Educativa con el fin de generar consenso ante la evaluación dicente sin que esta se considera punitiva.

Una demanda recurrente en la plataforma de AMLO en materia de educación es insistente en cuanto a la reducción de la asimetría en la calidad de la enseñanza, a fin de hacer el intento de nivelar el aprendizaje en el campo y en la ciudad y que esto deje de ser un criterio de diferencia y de restricción en la educación. La igualdad de oportunidades en todos los ámbitos permite que AMLO se sitúe como un elemento diferencial entre los candidatos que han sido competencia en cada una de las elecciones, mientras los candidatos opositores ven el bienestar del Estado en general, Obrador persigue el bienestar particular de las mayorías para tener después un equilibrio entre las diferentes clases económicas.

La seguridad sería una de las prioridades para la agenda de 2012 tanto en AMLO como en Peña Nieto gracias a los saldos de inseguridad que dejó Calderón. En este sentido, Obrador propondría la unificación de las fuerzas policiales para el combate a la corrupción, reformar la ley para la delincuencia, brindar asistencia y coordinación de política municipal para conseguir el progreso en el combate de la inseguridad que se había instaurado como una de las problemáticas de mayor percepción.

2018: Coalición Juntos Haremos Historia	
Economía	<ul style="list-style-type: none"> - Descentralización del Gobierno federal - Fomento al sector agropecuario pesquero y forestal - Apoyo a las pequeñas y medianas empresas - No se crearán nuevos impuestos ni aumentarán los vigentes
Empleo	<ul style="list-style-type: none"> - Contratación de 2 millones 300 mil jóvenes que hoy no estudian ni trabajan con un sueldo como aprendices de 3600 pesos mensuales recibirán capacitación para el trabajo - Aumentar los salarios - Creación de 1 millón 200 mil empleos por año

<p>Educación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beca mensual para todo joven que cursa el nivel medio superior - 300 mil universitarios de familias de escasos recursos económicos recibirán un apoyo de 2400 pesos mensuales - Se garantizará la educación gratuita en todos los niveles
<p>Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amnistía y desarme de carteles - Drogas legales - Creación de la Guardia Nacional - Combate la corrupción - Impunidad desaparecidos y derechos humanos

Las propuestas que se plantearon para 2018 ya rebasaban la especialización en el tema por parte de Obrador. Luego de la formulación de dos plataformas distintas en las que se iban adaptando las promesas de campaña acorde a las necesidades cambiantes de la sociedad y los desempeños de los gobiernos anteriores.

En materia de economía los puntos fueron constantes respecto a las dos plataformas anteriores, el cambio y especialización en el discurso permitió que la plataforma para 2018 tuviera más elementos narrativos gracias a que las propuestas estaban claras. Una de las propuestas económicas que se plantaban fue la descentralización del gobierno federal, la separación del poder político del económico era una de las medidas a corto plazo.

En materia de empleo, el aumento en la posibilidad de generación de estos incrementó de un millón a un millón 200 con la iniciativa de brindar entrenamiento a jóvenes sin empleo que, por falta de experiencia y oportunidades no podían gozar de un trabajo digno. El programa Jóvenes Construyendo el Futuro fue uno de los motivantes de los jóvenes para emitir su voto, junto con la iniciativa de otorgar becas de apoyo en todos los niveles educativos para incentivar el incremento de la escolaridad en México que había caído con el intento de reforma educativa estructurada por Peña Nieto.

En materia de seguridad, Obrador proponía nuevas alternativas para el proyecto de la pacificación del país; la amnistía, debatida por opositores junto con la creación de la Guardia Nacional fueron dos rubros que, si bien estaban cercanos a ser cumplidos, el debate que originaron pondría trabas a su realización posterior. En ese sentido, más allá de proponer programas de profesionalización de las fuerzas armadas ya existentes, se crearía otro organismo que sería el encargado, en primera instancia del orden y seguridad del país. Este organismo sería conformado por miembros de la sociedad civil.

La incentivación de la participación y de la colaboración entre el Estado y la ciudadanía sería una preocupación constante de Obrador por lo que, dentro de su plataforma incluyó el mecanismo de consulta ciudadana en diferentes decisiones que tomaría incluyendo la iniciativa de revocación de mandato y la suspensión del NAICM. Uno de los puntos que restaurarían la credibilidad en las acciones en materia de justicia fue la instauración de una Comisión de la Verdad que diera solución a los casos de violación de derechos humanos como fue el caso de la desaparición de los 43 normalistas bajo la presidencia de Peña Nieto.

CONCLUSIONES

La deslegitimación de la representación: desencanto político y el voto como expresión democrática

Luego de hacer un recorrido extenso por las definiciones de la democracia representativa y los factores que la componen, es importante señalar que en México la democracia representativa está directamente vinculada con el ejercicio de la democracia de partidos. La mediación de estos organismos se ha convertido en el escenario bajo el cual los ciudadanos emiten su opinión. Como era temor de los teóricos, la democracia representativa mediante partidos locales terminó por corromperse: los partidos políticos como instituciones emanadas de la sociedad, terminaron por ser potenciadores del poder político opresor que subordinó a los ciudadanos y reprimió sus necesidades sociales, económicas y políticas en un supuesto bien general que no estaba caracterizado por la homogeneidad de las propuestas de la mayoría sino en la dirección de los gobiernos fundamentada en los intereses de particulares.

Las democracias de partidos, de representación y la de medios, se fusionaron un solo sistema que funciona como el electoral y que pertenece a las élites en el gobierno. Los gobernantes atienden los intereses de los empresarios y las grandes potencias económicas sin preocuparse por el desarrollo de sus ciudadanos, los partidos se han convertido en facciones que luchan por obtener poder y con ello solventar sus necesidades particulares, los medios de comunicación se han vendido al poder tergiversando información, manipulando las fuentes y fungiendo como informantes del poder político con miras a obtener privilegios de ello.

El escenario se muestra negativo cuando se acercan los momentos electorales, es ahí donde es posible dilucidar el nivel de crisis en el que se encuentra un sistema político. El manejo de este momento es el que permite analizar la corrupción en la que se encuentran sumergidas las instituciones representativas y la ilegitimidad de la que gozan. Los principios democráticos bajo los que se definió este sistema tenían claro interés en dar voz a quienes no eran escuchados, no sólo dentro su expresión sufragista sino como parte de la comunidad. La perversión de este ejercicio terminó por convertirse en una representación meramente electoral, misma que se manipuló mediante la mercantilización de las necesidades: la posibilidad del individuo de evaluar el costo y el beneficio de su voto, con el fin de obtener algo a cambio, su elección se dirigía hacia algún candidato.

La utopía política que derivó de las diferentes concepciones de democracia claramente fue suplantada por el análisis real de lo que el poder político implicaba y como éste era agente participante activo en las escisiones sociales que incluso hoy en día, fragmentan a los gobiernos, más allá de ser un sistema unificador de las voces, se convirtió en un sistema moldeable según candidaturas e intereses.

El objetivo de hacer un análisis teórico sobre lo qué es la democracia representativa y su implicación con la comunicación y los ejercicios discursivos no era únicamente dar cuenta de sus definiciones y alcances sino de la posibilidad que tiene el ser humano de hacer construcciones políticas y simbólicas aceptables que generen una credibilidad parcial en los electores, misma que puede ser transformada una vez obtenido el poder. la volatilidad de las campañas políticas, en este sentido, sí son un factor en el malestar con la representación política y los gobiernos.

Esta relación dejó en claro cómo es que la manipulación mediática y la adecuación comunicativa acorde a lo que los ciudadanos quieren escuchar puede generar graves consecuencias como las que vivió el sistema político democrático en México que terminó por sumergirse en una crisis tanto del sistema como de la confianza y certidumbre que los mexicanos tenían hacia la política.

Las estrategias de mercadotecnia política, incluidas en el ejercicio comunicativo electoral fueron clave para hacer evidente como es que el discurso, parte de la estrategia política y un elemento fundamental en la construcción de la representación, es un factor en la generación de la crisis de representación en tanto que su construcción narrativa a partir de promesas que pueden ser o no alcanzables está a cargo de un equipo de campaña que, con previa segmentación del electorado, cree conocer sus necesidades y elabora las plataformas electorales ya sea basados en los resultados de gobiernos anteriores o en intereses que plantean dentro del *war room*.

El malestar con la representación no siempre se analiza en el momento inaugural de la contienda electoral, sino que se pospone su estudio hasta la evaluación final de los gobiernos. Lo que pretendió esta investigación fue hacer una fusión de dos métodos según los cuales, a partir de las encuestas de salida y de la evaluación de los gobiernos en turno durante las campañas se elaboraron los discursos escritos (plataformas electorales) de los candidatos. La crisis de representación surge en este momento, cuando las campañas retoman políticas fallidas del gobierno saliente, cuando no consideran la evaluación ciudadana del ocupante anterior y, claro está, cuando no toman en cuenta la evolución sociohistórica de los ciudadanos. Las necesidades no van a ser las mismas, se encuentran en constante transformación y de no ser atendidas, pueden provocar una desafección política tal que el interés en los procesos de elección y delegación de poder, se registren índices mínimos de participación.

Ahondar en la representación política, es también comprender la magnitud de la carga simbólica que esta tiene dentro. La teoría se ha encargado, como se vio, de aislar este análisis a la labor de la ciencia política cuando en realidad, la implicación que tiene es multidisciplinar y con mayor inclinación hacia los estudios de la comunicación política. Los flujos de poder junto con la construcción del discurso político, así como la distribución de la información por parte de los medios de comunicación, guían al sistema representativo ya que la representación no es sino la creación de un personaje político que coincida que con los ideales de la mayoría y que, de ahí, resulte su elección como máxima autoridad política.

Los medios y la democracia representativa: la tematización y el sensacionalismo en la política

Como se vio a lo largo de la investigación, los medios de comunicación junto con los partidos políticos se han convertido en agentes representativos directos en tanto que median la relación entre los gobernantes y los gobernados. La democracia representativa se caracteriza por tener dentro de sí el otorgamiento de libertades y derechos individuales entre los que se encuentran la asociación y la libre expresión, el uso de estos medios, al igual que el poder político se han reducido a una escasa esfera de unos cuantos que detentan su poder.

El acceso a los partidos políticos tiende a estar restringido a ser sólo simpatizante sin convertirse en un cuadro potencial a menos que se tenga experiencia en el ámbito de lo político, en el caso de los medios de comunicación, la batuta de su mando está dirigida hacia los empresarios que los dirigen y los políticos que en ocasiones los patrocinan, a partir de ello, la representación política esta reducida

al voto que no se traduce necesariamente en expresión sino en una forma de operar casi mecánicamente de los ciudadanos, las instituciones representativas se deslindan de su calidad de representativas y operan sólo para ciertos sectores.

La relación intrínseca que hay entre los medios y la democracia ha dado como resultado un nuevo enfoque a través del cual es posible analizar la calidad de una en función de la otra y viceversa, en ese sentido, las formas de operación de los gobiernos pasan antes por el filtro de los medios para medir el pisable impacto y a la inversa, la publicitación de algunos asuntos será evaluada o censurada por el gobierno en turno. Durante las campañas, los medios de comunicación son la principal fuente de información a partir de los cuales se da cuenta de los atributos de las personalidades políticas y de los aspectos negativos de estas; en un sistema completamente democrático esto sería realizado de manera equitativa, sin embargo, la crisis de representación en la que se encuentran sumidos algunos sistemas de partidos proviene de la capacidad que tienen los medios para generar incertidumbre mediante los contenidos que hacen públicos.

La imparcialidad y objetividad de la que presume el ejercicio periodístico en ocasiones es olvidada y muestran clara preferencia por candidatos durante las campañas abonando de esta manera en las guerras mediáticas que tengan como fin deslegitimar a la contienda próxima. En el caso de México es común ver y oír a comentaristas, críticos y periodistas opinar sobre la política y su desarrollo con una evidente sesgo ideológico o económico que lo orilla a hacer promoción de una campaña por encima de otra o, de aludir al conflicto, al espectáculo y mediatización de la contienda con el fin de convertirla en *rating* antes que considerarla momento importante político.

El debate que se genera dentro de los medios que aluden a la objetividad y los que sin medida muestran sus preferencias durante las contiendas se balancean entre el sensacionalismo político y la tematización de la información. Al inicio de la investigación se planteó establecer la teoría de la “tematización” como un posible enfoque a partir del cual podía ser analizado el aspecto mediático de las campañas como un rubro dentro de la estrategia, sin embargo, otra variable surgió a lo largo del estudio del desarrollo de las estrategias de campaña en los sexenios seleccionados: el sensacionalismo político por encima de la información noticiosa, la difusión de *spots* de ataque y la permisibilidad de la campaña negra en medios antes que el juicio objetivo de las noticias.

Dos perspectivas fáciles de confundir en tanto que la tematización se aborda a partir del conflicto mediático y el sensacionalismo hacen énfasis en ese conflicto con otros elementos discursivos que lo deslegitiman y lo convierten en parte del espectáculo televisivo.

En las elecciones en México, el papel de los medios y los partidos ha sido preponderante, la coalición que hay entre las cadenas noticiosas y el poder político durante y después de las campañas es evidente. La priorización de unos temas por otros y la cobertura de unos candidatos en mayor medida que sus competencias no sólo desacredita la contienda electoral mostrando la parcialidad de los medios, sino que desacredita incluso el eje rector democrático de pluralidad.

La función de los medios de comunicación en México por mucho tiempo se ha asociado a su relación con los poderes del Estado, en las elecciones de 2006 y 2012 no hubo excepción. La guerra contra Obrador, la negación en 2006 de retirar *spots* que lo criticaban incluso como persona (misma situación que se vio presente en uno de Anaya donde lo descalifica por su edad y salud) fueron permitidos por

la televisión: ganancia antes que democracia, posicionamiento antes que calidad informativa. Una de las demandas que se retoma en este trabajo es la exigencia constante de Obrador hacia la calidad de la información y la modificación de los objetivos de estos, ya que, encargados de manipular la información y decirles a los votantes “cómo deberían pensar” fueron unos de los responsables de quitarle la oportunidad al cambio.

¿Por qué hablar del sistema político mexicano? Propuesta de un análisis diferente

Para comprender la crisis de representación política es necesario remontarse al detonante de esta. Luego de la instauración de la paz posrevolucionaria con el Partido de la Revolución Institucional y la perpetuación de la gestión de este partido como único, la representación se dejó de lado y se antepuso el orden y pacificación del país. No era relevante la construcción de las personalidades sino las acciones que llevarían a que el sistema político se conservara. Lo que se definió como orden en realidad era una imposición. La naturaleza del sistema político nació de la violencia en batalla, el letargo en el que se sumió México después de ello terminó con las violaciones a los derechos humanos en el 68 y el fraude electoral del 88 con Salinas de Gortari.

La historia del PRI es la historia de la política moderna y su destierro de la silla presidencial marca el hito de la democracia en México, comprender las motivaciones del voto para el 2000 y la necesidad de una alternancia política pacífica llevó a la transición política en México. El análisis histórico del PRI no se plantea como un elemento histórico en este trabajo, sino como una variable que causa el incremento de la crisis, se dejó de lado la perspectiva bajo la que el partido es la historia del gobierno y se planteó como la causa de la deslegitimación del poder político y su influencia aún después de lo que se consideró la alternancia política.

Donde nacen y mueren las democracias

Una de las premisas bajo las que se fundamenta la democracia es la realización de elecciones periódicas que permitan la designación y cambio de personajes en el gobierno, la democracia nace cuando es posible llevar a cabo estas elecciones y se les permite a los electores decidir el futuro de su país. La competencia electoral, contrapone posiciones, ideologías e intereses, motiva o desmotiva a los electores a insertarse en el ámbito político y por último designa a un representante como portavoz de las mayorías.

La utopía democrática señala la realización e intercambio de representantes más no los términos en los que estos deben ser designados. El proceso democratizador de México si bien tuvo dentro de sí diversas sucesiones en los poderes federales y locales, así como de representación proporcional, su designación no estuvo basada del todo en principios legítimos, honestos y transparentes. Desde 2006, el sabotaje presidencial a uno de los candidatos y la guerra de propagandística a la que Obrador tardó en responder esbozaron un mapa de medios y orientaciones con los que la transformación nunca tendría vínculo.

Las campañas políticas desde entonces se dibujan al marco de las necesidades de espectáculo. Las plataformas e incluso los estatutos de partido son documentos sin solidez real que se enmarcan en el embellecimiento de la oratoria política que promueve grandes acuerdos y progresos y que, al final solo trae vagas aprobaciones y nulas acciones.

La democracia nace y emana de los ciudadanos en su sentido más puro, en México, la democracia deviene de los partidos y las élites, que definen, establecen y promueven qué tan democrático es el país. La democracia muere en el momento en que los de abajo dejan de existir en el espectro del privilegiado. Muere en cuanto se promete desarrollo económico a empresarios y se deja de lado el apoyo a los estudiantes. Desfallece cada que hay una deserción escolar por necesidad, por desigualdad, por tener que insertarse en el modelo económico que se enaltece por encima del estado de bienestar y la justicia social.

Las democracias nacen y mueren en 90 días que dura una campaña; no necesariamente se necesita de la evaluación del gobierno, del conocimiento de la vida del candidato sino de la perspectiva con la que mira a la sociedad que pretende gobernar. ¿por qué había una crisis? ¿Por qué específicamente en esos sexenios? Fueron etapas en las que la confianza de los electores se depositó en las urnas y fue traicionada con resultados poco fiables: un fraude evidente, una manipulación mediática y compra de votos.

Dos partidos diferentes, dos sexenios con objetivos distintos que dejaron en ruinas la afectividad de los ciudadanos hacia la política. ¿Pudo haber ganado otra opción en 2018 y reducir la crisis? La respuesta, luego del análisis de las campañas de los tres personajes que han protagonizado la vida política y que siguen vigentes es negativa, no por el hecho de que la preparación técnica y política no fuera suficiente en los contendientes de las últimas elecciones sino porque hacía falta una plataforma electoral, una campaña política “a ras de tierra” que acercara la realidad al poder político y no a la inversa.

López Obrador, con esta estrategia de proximidad hubiera ganado los comicios de no ser por el influyentismo de otros actores que promovieron su derrota. La crisis incrementaba a la par de la especialización y modificación de lo que fue en un primero momento el Movimiento de Regeneración Nacional y luego el partido Morena.

El porcentaje de descontento se empataba con el de militantes de Morena, en 18 AMLO redujo la crisis, esa que siente la mayoría, que siente la gente humilde que es abandonada por las políticas gubernamentales, la que sufre la mujer que fue condenada por abortar, esa crisis de los derechos humanos que antepone la vida de un agresor antes que la de la víctima. Redujo la crisis no sólo a partir de su cercanía con el pueblo “*yo soy del pueblo y para el pueblo*” sino en términos estratégicos, con la especialización de un discurso fundamentado en las necesidades sociales, con una lucha constante bajo la bandera de conseguir la legitimidad y el reconocimiento de su pueblo.

La hipótesis esta comprobada, las tres plataformas electorales si bien no son sinónimo de representación en términos reales en tanto que todos sean simpatizantes del proyecto, logró capitalizar el hartazgo generado en el país luego de dos sexenios fundamentados en la desconfianza política. López Obrador no representa a todos los ciudadanos, representa a la mayoría, a una mayoría alejada del mundo político por su condición social, económica y cultural. México puede salir de la crisis, es posible combatirla a través de acuerdos con los sectores que no están siendo representados y la atención constante de la implementación del estado de bienestar que olvidaron otros políticos y que es uno de los principios de la Cuarta Transformación: *Por el bien de México, primer los pobres.*

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

- Achache, G. (1992) “El marketing político” en Ferry, J; Wolton, D, et al, *El nuevo espacio público*. México: Gedisa.
- Aguilar, H. (2018) *Nocturno de la democracia mexicana*. México: Debate.
- Aguilar, S. (2007). “El Concepto de Cleavage en las Ciencias Sociales”, en Aguilar, S. y Elisa, R. *Identidad y Opción. Dos Formas de Entender la Política* Madrid: Alianza Editorial.
- Alanís, M (2002) *Antecedentes históricos de la representación política en México*. México: IJ.
- Almond, G y Verba, S, (1963) *The civic culture. Attitudes and Democracy in Flue Nations*. Boston: Little, Brown Company.
- Angenot, M. (2010) *El discurso social. Los limites históricos de lo pensable y lo decible*. México: Siglo XXI
- Arnoletto, E. (2009) *La ciencia política, un enfoque interdisciplinario y la práctica del planeamiento participativo y de la gestión asociada*. Argentina.
- Ávila, A. (2009) “La campaña negativa en el marketing político durante las elecciones presidenciales de México en 2006” [tesis licenciatura] Facultad de Estudios Superiores Acatlán. México.
- Ávila, C. (2016) *Publicidad electoral. La transformación del discurso político en mensaje publicitario*. México..
- Becerra, V. (2018) “Perfilan voto de castigo” *Reforma* <https://elecciones.sociales.unam.mx/wp-content/uploads/2018/02/Encuesta-Reforma-15-feb-18.pdf>.
- Béjar, L. y Waldman, G. (2004) *La representación parlamentaria en México*. México: UNAM/ Gernika.
- Bizberg, I. (2010) *México en el espejo latinoamericano ¿Democracia o crisis?* México: COLMEX.
- Bobbio, N. (1994) *El futuro de la democracia*. México: FCE.
- Bobbio, N. (2005), *Diccionario de política*, México: Siglo XXI.
- Bolívar, R. (2013) “El lópezobradorismo: la construcción de un movimiento social y político” *Lo cotidiano*. 178. pp 81-92.
- Borjas, A. (2003) *Partido de la Revolución Democrática. Estructura, organización interna y desempeño público 1989-2003*. México: Gernika.
- Buendía, J. y Bustos, J. L. (2006) “Campañas negativas sí influyeron” *El Universal*. México.
- Burke, E. (1790) *Reflexiones sobre la revolución en Francia*. México: Alianza.
- Calva, José Luis. (2005). México: la estrategia macroeconómica 2001-2006. Promesas, resultados y perspectivas. *Problemas del desarrollo*, 36(143), 59-87. Recuperado en 09 de junio de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0301-70362005000400004&lng=es&tlng=es

- Camarena, S y Zepeda, J. (2007) *El presidente electo. Instructivo para sobrevivir a Calderón y su gobierno*. México: Planeta.
- Campos, R. (2012) *El juicio ciudadano. Evaluación de la presidencia de Felipe Calderón en México*. México: Consulta Mitofsky.
- Canel, M. (2006) “¿Qué es la comunicación política?”, en Canel, M. *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*. España: Tecnos.
- Cantillana, C. Contreras, G. Morales, M. Oliva, D y Perelló, L. (2017) Malestar con la representación democrática en América Latina. *Política y gobierno*. Vol. XXIV. (2) 245-274.
- Casas, E. (s/a) *Representación política y participación ciudadana*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Castaños, F. Caso, A. (2007) “La deliberación: condición y horizonte de democracia” en Castaños, F. Labastida, J y López, A. (coord.) *El estado actual de la democracia en México. Retos, avances y retrocesos*. México: IIS-UNAM.
- Charaudeau, P (2004). *Le discours politique. Les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.
- Clouthier, T. (2019) *Juntos hicimos historia*. México: Grijalbo.
- Cohen, J & Arato, A. (1992) *The process of government*. Chicago: University Press.
- Collier, D. Levitsky, S (1997) *Democracy with adjectives. Conceptual innovation on comparative Research*. World Politics. No. 3.
- Cordera, R. (2017) *La perenne desigualdad*. México: FCE.
- Cordón, J. (2018) “Democracia, pluralismo político y partidos” *Revista de la facultad de Derecho de México* no. 270.
- Cosío, D (1972) *El sistema político mexicano* México: Cuadernos de Joaquín Mortiz.
- Crespo, I y Moreno, C. (2010) “Los efectos de la comunicación en el comportamiento electoral” en Medero, R. *Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. España: Tecnos.
- Cruz, F y Toribio, J. (2006) *Negocios de familia*. México: Planeta.
- Cruz, F. (2012) *AMLO. Mitos, mentiras y secretos*. México: Temas de Hoy.
- Cruz, L. (2012) *El laberinto de la representación: una mirada desde México*. México: Tribunal Electoral de Poder Judicial de la Federación.
- Dahl, R. (1963) *A Preface to Democratic Theory*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Dalton, R. (1999) “Political support in advanced industrial democracies” en Norris, P. (ed) *Critical citizens: global support for democratic government* Oxford: Oxford University Press.
- Delgado, A. (2016) “Peña- Calderón, historia de un amasiato” *Proceso*. México <https://www.proceso.com.mx/439945/pri-pan-historia-amasiato>.

- Delgado, A. (2016) *El Amasiato. El pacto secreto Peña-Calderón y otras traiciones panistas*. México: Proceso.
- Dorantes, G. Perera, R y Sánchez, C. (2018) “Las campañas digitales durante la elección presidencial en México, en 2018” en Figueiras, L. (coord.) *Elección 2018: insurrección, comunicación y comportamiento político electoral*. México: Comunicación Política Editores.
- Downs, A. (21992) “Teoría económica de la acción política en una democracia”, en Almond, G. *Diez textos básicos de ciencia política*. Barcelona: Ariel.
- Dresser, D. (2006) “¿Cómo salen del debate?” *Reforma*. México. p. 8.
- Duarte, A & Jaramillo, M. (2009) *Cultura política, participación ciudadana y consolidación democrática en México*. En Revista Espiral, estudios sobre Estado y Sociedad. 16(46).
- Dussel, E. (2008) *20 tesis sobre política*. México: Siglo XXI.
- Duverger, M. (1970) *Instituciones políticas y derecho constitucional*. Barcelona: Ariel.
- Eagleton, T. (1997) *Ideología. Una introducción*. Barcelona: Paidós.
- Echeverría, B, (2002) “La clave barroca de la América Latina”, Exposición en el Latein-Amerika Institut de la Freie Universität Berlin, Retrieved: Bolívar Echeverría. Teoría crítica y Filosofía de la cultura. <http://www.bolivare.unam.mx/.../La%20clave%20barroca%20en%20A...>
- Elías, R. Arellano, M. Barrueta, R. Martínez, M. Cárdenas, I. Gámiz, J. Maldonado, J y Ortega, C. (2012) *Audiencias saturadas, comunicación fallida. El impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*. México: Delphos. <http://www.delphos2012.mx/>.
- Esteinou, J. (2013) “Telecracia vs democracia: las elecciones del 2012” en García, C. *República de Telenovela*. México: Comunicación Política Editores
- Ferry, J. (1998) “Las transformaciones de la publicidad política” en Ferry, J. Wolton, D. (comps) *El nuevo espacio público*. España: Gedisa.
- Figueiras, L. (2012) *Del Yo Soy 131 al #YoSoy132*. México: Comunicación Política Editores
- Figueiras, L. (2012) *Un candidato inventado. Reformas, campaña y contracampaña 2009*. México: Comunicación Política Editores.
- Figueiras, L. (2018) *Elección 2018: insurrección, comunicación y comportamiento político electoral*. México: Luna Media Comunicación.
- Galván, M. (2018) “El gobierno de AMLO genera expectativas parecidas a las que hubo en 2000” *Política Expansión*. México. <https://politica.expansion.mx/presidencia/2018/12/02/el-gobierno-de-amlo-genera-expectativas-parecidas-a-las-que-hubo-en-el-2000>
- García, C. (2012) “Televisión y cultura política. La elección presidencial 2012” en García, C. (coord.) *Republica de telenovela. Medios, Campañas y Elección 2012*. México: Comunicación Política Editores.
- García, C. (2018) “¿Benditas redes sociales? Medios de comunicación y elección 2018” en Figueiras, L. (coord.) *Elección 2018: insurrección, comunicación y comportamiento político electoral*. México: Comunicación Política Editores.

- Garfias, A y Peña, D. (2006) “Campaña del PAN a la presidencia de la república” en García, C. (coord.) *Campañas, partidos y candidatos. Elecciones 2006*. México: PYV.
- Geer, J. (1991) “Critical Realignments and the public opinion poll” *The journal of politics*, 53(2).
- Gómez, B. (2005) *¿Y quién es? Historia de un hombre enigmático*. México: Planeta.
- González, P. (2004), *La democracia en México*, México: Era.
- Guerrero, S y Vega, M. (2015) “Reflexiones sobre el discurso político e ideología: un análisis preliminar de las políticas de emprendimiento del gobierno de Piñera. *Revista Uruguaya de Ciencia Política*.
- Gutiérrez, M. y Durán, M. (2006) “Rumbo a Los Pinos” *Reforma*. México.
- Hecló, H. (2000) “Campaigning and governing” en Ornsten, N. y Mann, T. *The permanent campaign and its future*. Washington: American Enterprise Institute.
- Hernández, C. (2018) “Campañas electorales presidenciales pragmáticas en México 2018. Política y comunicación” *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales LXIV (235)* México: UNAM pp. 327-352.
- Hernández, L. (18 de julio 2006) “¿Dónde está el balón? *La Jornada*.
- Hernández, R. (2016) *Historia mínima del PRI*. México: Colegio de México.
- Hetherington, M. (2001) “Resurgent Mass Partisanship: the role of elite polarization” *American Political Science Review* 95(3).
- Ibáñez Gracia, Tomás (1988). “Representaciones sociales. Teoría y método”, en Tomás Ibáñez Gracia (coord.) *Ideologías de la vida cotidiana*. Barcelona: Carto-tec, S. A/Sendai ediciones.
- Innerarity, D. (2018). Democracia: una política que se entienda. *El País*. Retrieved from https://elpais.com/elpais/2018/05/31/opinion/1527782271_932604.html
- Kaplan, M. (1978) *Estado y Sociedad* México: UNAM.
- Labastida M., López, J., López, M. (2004), “México, una transición prolongada (1988-1996/97)”, en *Revista Mexicana de Sociología*, 4(66) México; UNAM, Instituto de Investigaciones Sociales.
- Laclau, E. (2004) “Representación y democracia” en *La razón populista*. México: FCE.
- Lara, F. (2009) *Representación del discurso y representaciones sociales del maestro y el movimiento magisterial de Chiapas*. [Tesis doctoral] Universidad Santiago de Compostela, Coruña, España.
- Lee, K. (2004) *The handbook of political Communication Research*. EUA: Routledge Ed
- Lechner, N (1992) “¿La política debe y puede representar lo social? En Dos Santos, M. (coord.) *¿Qué queda de la representación política?* Argentina: CLACSO.
- Lefort, C. (1992) “La representación no agota la democracia” en Dos Santos, M (coord.) *¿Qué queda de la representación política?* Argentina: CLACSO.
- Levitsky, S y Lucan, W. (2010) *Competitive authoritarianism: hybrid regimes after the Cold War*. U.K: Cambridge University Press.

- Linz, J. (1987) *La quiebra de las democracias*. Madrid: Alianza.
- Lipset, S y Rokkan, S. (1992) “Estructuras de división, sistemas de partidos y alineamientos electorales” en Batlle, A. *Diez textos básicos de ciencia política* España: Ariel.
- López, A. (2011, 6 de diciembre). “Fundamentos para una república amorosa”. *La Jornada*.
- Manin, B, Przeworski, A y Stokes, S. (1999) “Introducción” y “Elecciones y representación” en *Democracy, Accountability and Representation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Manin, B. (1998) *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Marshall, T. y Bottomore, T. (1991) *Ciudadanía y clase social*. México: Alianza Editorial.
- Martin. S. (2014). “Estructuras de División, Sistemas de Partidos y Alineamientos Electorales”, en Almond, G. *Diez Textos Básicos de Ciencia Política*, Barcelona: Ariel.
- Marx-Engels (1976), *La ideología alemana. Tesis sobre Feuerbach. Feuerbach y el fin de la filosofía clásica alemana*, México: Ediciones de Cultura Popular.
- Mazzoleni, G. (1998) *La comunicación política*. México: Alianza Editorial.
- Mazo, O (2015) *La campaña Presidencial de Enrique Peña Nieto vista desde sus spots*. [Tesis Maestría] México: Universidad Iberoamericana.
- Mc Combs, M y Shaw, D. (1972). Agenda Setting Function of the Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, Vol. XXXVI. 176-18.
- Mejía, G. (21 marzo 1996) “Heberto propone” *Reforma*.
- Meyenberg, Y. & Aguilar, R. (2015). *La comunicación presidencial en México 1988- 2012* Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México/ Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza, 230 pp.
- Meyer, L. (2015) “Felipe Calderón o el infortunio de una transición”. *Foro internacional del Colegio de México* LV (1) México: COLMEX. Pp 16.-44.
- Michels, R. (1971) *Los partidos políticos. Un estudio sociológico de las tendencias oligárquicas en las democracias modernas*. Argentina: Amorrortu Editores.
- Mill, J. (1966) *Consideraciones sobre el gobierno representativo*. México: Herrero Sucesores.
- Minor, F y Gómez, j. (2007), “La apropiación del espacio público: las megamarchas y el mega plantón del movimiento postelectoral 2006”, en “Procesos y etnografías de un movimiento. Dossier”, *El Cotidiano*, (141), enero-febrero.
- Montemayor, C. (30 agosto 2006) “La calificación y el tribunal” *La jornada*.
- Montes, P. & Torreblanca, P. (2017) “Los partidos políticos y la construcción de una democracia ciudadana” en Figueiras, L (coord.) *Política, comunicación y ética. Deslegitimación del Estado Mexicano*. México: UNAM- LEEA.
- Moragas, M. (1993) *Sociología de la comunicación de masas. Nuevos problemas y transformación tecnológica*. Vol. 4. España: Gustavo Gilli.

- Moreno, A. (2009) “Ven necesarios a partidos” *Reforma*. Encuesta realizada por Grupo Reforma.
- Norris, P. (2005) *Critical citizens: global support for democratic governments*. UK: Oxford University Press.
- Norris, P. (2011) *Democratic deficit. Critical citizens revisited*. New York: Cambridge University Press.
- North, D. (1990) *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: FCE.
- Novaro, M. (2000) *Representación y liderazgo en las democracias contemporáneas*. España: Homo Sapiens Editores.
- Núñez, E. (2006) “Llega panista por segundo piso”, *Reforma*, México, p. 4.
- Offe, C. (1985) *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*. Madrid: Sistema.
- Padilla, S. (2018) “Marketing político en la elección presidencial mexicana de 2018: las estrategias de AMLO. *Econógrafos*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Paine, T. (2017) *Los derechos del hombre*. México: FCE.
- Panebianco, A. (1982) *Modelos de partido. Organización y poder en los partidos políticos*. México: Alianza.
- Peña, R. (18 julio 1996) “Andrés Manuel” *La Jornada*.
- Pérez, G. (2006) “La campaña indeseable” en Peschard, J. (comp) *2 de julio: reflexiones y alternativas*. México: UNAM.
- Peruzzotti, E. (2008). La democracia representativa como política mediada: repensando los vínculos entre representación y participación. *Debate En Sociología*, 33, 9-27.
- Peschard, Jacqueline (1996), *La cultura política democrática*, México, Instituto Federal Electoral.
- Pitkin, H. (1967) *The concept of representation*. Berkeley: University of California Press.
- Portelli, H. (2003) *Gramsci y el bloque histórico*. México: Siglo XXI.
- Portillo, M. (2012) “Campañas negativas y preferencias electorales: el caso de las elecciones presidenciales de México en 2006”. *Razón y Palabra*, México: UACM.
- Prud’homme, J. (2013) Democracia, representación, política y populismo. *Revista Mexicana de Cultura Política*. 3(12) 26-37.
- Prud’homme, J. (2016) *Consulta popular y democracia directa*. México: INE.
- Quintanar, H. (2017) *Las raíces del Movimiento Regeneración Nacional. Antecedentes, consolidación partidaria y definición ideológica de Morena*. México: Ítaca.
- Ramos, J. Jiménez, S y Torres, A. (6 de junio 2006) “Primer encuentro redefinió las tácticas en las campañas”, *El Universal*, México. A10.
- Revels, F. (2006) *Los proyectos políticos de los candidatos presidenciales en el 2006: las propuestas de gobierno*. México: UAM.

- Reyes, A. (2006) “México. Sin constancia de triunfo. Calderón inicia transición” *Rumbos*. Lista de Información y Red de Investigadores sobre y de América Latina. Université de Toulouse-le-Mirai: Maison de la Recherche,
- Reyes, J. (2018) “Partidos y representación política. La democracia en México del siglo XXI” *Política y Cultura*. Núm. 50. México: UAM.
- Rodríguez, I. (14 de julio de 1996) “Llaman a votar candidatos del PRD” *La Jornada*
- Rogers, E. (2011) “Diversidad teórica en la comunicación política” en Lee, K. *Manual de investigación en comunicación política*. EUA: Routledge Ed.
- Romero, R. (2011). *Sobre la crisis de legitimidad del sistema político mexicano: notas para un nuevo acuerdo*. *Andamios*, 6(11), 369-373.
- Rosas, A. (2019) “Zedillo, Fox, Calderón o Peña: el presidente que más empleos creó fue...” *Expansión*. México. <https://expansion.mx/economia/2019/04/24/zedillo-fox-calderon-o-pena-el-presidente-que-mas-empleos-creo-fue>
- Rospir, J. (2003) “Introducción a la comunicación política” en Berrocal, S. *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. España: Ariel.
- Roux, R. (2005) *El príncipe mexicano*, México: Ediciones Era.
- S/A (2012) *Gastos excesivos en campaña electoral y aportaciones de empresas mexicanas de carácter mercantil*. México: IJ- UNAM. <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/12/5505/12.pdf>
- Sánchez, C (2011) Percepciones de incertidumbre institucional: México 1988- 2000. *Revista Mexicana de Opinión Pública* (11), 99- 125.
- Sánchez, C y Avaro, D. (coord.) (2015) *Calidad de la democracia y respuesta política*. México: Senado de la República.
- Sánchez, C. (2015) *Voto duro y voto diferenciado. Los determinantes del voto en la elección de presidente y de Jefe de Gobierno el 2 de julio del año 2000 en el Distrito Federal*. México: EÓN.
- Sánchez, H. (2012) “López Obrador- 2012: el cambio verdadero frente a la democracia del dinero” en García, C. *República de Telenovela. Medios, Campañas y elección 2012*. México: Comunicación Política Editores.
- Sánchez, H. (2018) “López Obrador 2018: de la Chingada a Palacio Nacional” en Figueiras, L. (coord.) *Elección 2018: insurrección, comunicación y comportamiento político electoral*. México: Comunicación Política Editores.
- Santillán Buelna, J. (2012). Comunicación y representación política | Communication and political representation. *Razón Y Palabra*, 16(1_80), 457-475. Recuperado a partir de <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/574>
- Sartori, G. (1988) *Teoría de la democracia*. México: Alianza Editorial.
- Schumpeter, J. (1947) *Capitalismo, socialismo y democracia*. Nueva York: Harper.

- Seguró, M. (2018, 27 marzo) *Entrevista con Slavoj Zizek: “La revolución debe revolucionar una y otra vez”* [Filosofía & Co] Recuperado de: <https://www.filco.es/slavoj-zizek-revolucion-debe-revolucionar/>
- Sirvent, C. (2006) “El escenario político y las elecciones de 2006” en García, C. (coord.) *Campañas, partidos y candidatos. Elecciones 2006*. México: PYV.
- Solanilla, D. (2018) La crisis del lenguaje en la política. *ACOP*. Retrieved from: <https://compolitica.com/la-tesis-del-lenguaje-de-la-politica/>
- Stokes, S. (2011) “Patologías de la deliberación” en Elster, J. *La democracia deliberativa*. Barcelona: Gedisa.
- Tahar, M. (2012) Crisis de la representación política y democratización en México: de la generalidad a la especificidad del caso. *Desafíos*, vol. 24, núm. 1. Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia. pp. 15- 36.
- Tamayo, S. (2007) “Dinámica de la movilización. Movimiento poselectoral y por la democracia” *Desacatos*. 24 pp 249- 274.
- Tapia, L. (2006) *La invención del núcleo común: ciudadanía y gobierno multisocietal*. La Paz: Muela del Diablo Editores.
- Tejera, H. (2003) *Cultura, ciudadanos y campañas políticas*. México: UAM.
- Touraine, A. (2001) *¿Qué es la democracia?* México: FCE.
- Touraine, A. (2009) *Comunicación política y crisis de la representatividad*” en Gauthier, Gosselin y Mouchon (comps) “Política y poder” México: Gedisa.
- Touraine, A. (2015) “La representatividad de los actores políticos” en *¿Qué es la democracia?* México: FCE.
- Tovar J. (2008) “La primera ola democrática en América Latina” en Labastida, J. Castaños, F. (coord.) *La democracia en perspectiva: consideraciones teóricas y análisis de casos*. México: IIS-UNAM.
- Ugas, G. (2007) *La educada ignorancia: un modo de ser del pensamiento*. Caracas, TAPECS.
- Van Dijk, Teun A. (2002) “Political discourse and political cognition”, en Paul A. Chilton y Christina Schäffner (eds.) *Politics as Text and Talk: analytic approaches to political discourse*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, pp. 203-237.
- Wolton, D (1992) “Los medios, eslabón débil de la comunicación política” en Ferry, J; Wolton, D, et al, *El nuevo espacio público*. México: Gedisa.
- Wolton, D. (1998), "La comunicación política: construcción de un modelo" en Ferry, J.M. y Wolton, D. *El nuevo espacio público*, Barcelona: Gedisa.
- Yanes, F. (1959) *Manual político del venezolano*. Caracas: Valentín Espinal.

Encuestas e informes

- “Primer debate presidencial, parte I”, [en línea], 1 de mayo de 2006, dirección URL: <http://www.youtube.com/watch?v=ZtQuvZiWoC4>,
- Cámara de Diputados (2005) “Pulso Ciudadano” Indicadores selectos de opinión pública. México: CESOP http://www3.diputados.gob.mx/camara/content/download/21820/108237/file/PCNO_11_Pulso_11.pdf
- INE. Histórico de plataformas electorales <https://www.ine.mx/actores-politicos/plataformas-electorales/>
- INEE. (2008) Sexto Informe de Gobierno. Presidencia de la República. Cálculos con base en la Encuesta Nacional de Ingreso de 2008. <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/03/CS03a-2010.pdf>
- INEGI (2006) *Mujeres y hombres en México. Décima edición. México: INEGI* http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100775.pdf
- Instituto Ciudadano de Estudios sobre Inseguridad INCESI (2005) *Análisis de resultados. Tercera Encuesta Nacional sobre Inseguridad 2005 (ENSI 3)* México. https://catedraunescodh.unam.mx/catedra/mujeres/menu_superior/Doc_basicos/5_biblioteca_virtual/7_violencia/14.pdf
- Instituto Nacional Electoral [Archivo histórico] Proceso electoral Federal 2005-2006. Intención de voto. En : <https://portalanterior.ine.mx/archivos2/portal/EncuestasElectorales/EleccionesFederales/2005-2006/Resultados/>
- IPSOS- BIMSA (2012) Recordación asistida e imagen de los protagonistas. *Rumbo a las elecciones de 2012*. https://www.opinamexico.org/Encuesta_Nacional_rumbo_al_2012_2011-10-03.html
- Mitofsky (2006) *Los número del sexenio. Evaluación final de gobierno de Vicente Fox*. En : <http://www.consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/evaluacion-de-gobierno/item/1253-evaluacion-final-de-gobierno-vicente-fox-2006>
- Mitofsky (2012) *Evaluación final de gobierno de Enrique Peña Nieto (2012-2018)* <http://www.consulta.mx/index.php/encuestas-e-investigaciones/evaluacion-de-gobierno/item/1255-evaluacion-final-de-gobierno-enrique-pena-nieto-2012-2018>
- Mitofsky (2018) Expectativas de gobierno 2018-2024 <http://consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/evaluacion-de-gobierno/item/1093-expectativas-de-gobierno-2018-2024>
- Parametría (2012) Preferencia electoral para presidente de la República en 2012. https://www.opinamexico.org/Encuesta_Preferencia_Electoral_2012-01-09.html
- SEGOB (2005) Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas. http://www.encup.gob.mx/en/Encup/Principales_resultados_2005
- SEGOB (2012) Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas. http://www.encup.gob.mx/en/Encup/Principales_resultados_2012