



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CENTRO DE ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS**

**EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL Y LA DIFUSIÓN
REALIZADA PARA PROMOVER LA PARTICIPACIÓN
CIUDADANA A TRAVÉS DE MEDIOS ALTERNATIVOS
DURANTE EL PROCESO ELECTORAL FEDERAL
2008-2009**

TESINA

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

**PRESENTA:
MIGUEL ÁNGEL BERNAL SANDOVAL**

**ASESORA:
NEDELIA ANTIGA TRUJILLO**

CIUDAD UNIVERSITARIA

ABRIL DE 2013





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Es difícil mencionar a todas las personas que me dieron su apoyo para conseguir este gran logro. Pero siempre las tengo presentes.

Principalmente doy gracias a Dios por esta oportunidad que me ha dado, a mis padres por confiar siempre en mí, a mis hermanos por su respaldo, pero sobre todo doy gracias a mi esposa Fabiola por su incansable apoyo y a mis hijos Ari y Juan Pablito a quienes amo con todo mi corazón.

ÍNDICE

	Pág.
Introducción	1
Cap. 1 Democracia, Educación cívica y Participación Ciudadana	
1.1. Democracia	7
1.2. Educación cívica	15
1.3. Participación ciudadana	22
Cap. 2 El Instituto Federal Electoral y la organización del Proceso Electoral Federal 2008 – 2009 para la elección de Diputados Federales.	
2.1 Principales Etapas	27
2.1.1 Preparación de la elección	28
2.1.2 Jornada electoral	30
2.1.3 Resultados y declaraciones de validez de las elecciones	30
2.1.4 Dictamen y declaraciones de validez de la elección	31
2.2 Programas implementados por el IFE en materia de educación cívica y promoción de la participación ciudadana	33
Cap. 3 La difusión de la Campaña Institucional Nuestra Democracia Crece / Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana realizada por el Instituto Federal Electoral a través de medios alternativos.	
3.1 Difusión de los programas de educación cívica y promoción de la participación ciudadana en medios alternativos	40
3.2 Planeación, elaboración y ejecución de la Campaña Institucional en medios alternativos durante el periodo de las Campañas Electorales	43
3.2.1 Medios alternativos utilizados: impacto, alcance y penetración	46
3.2.2 Cuadro resumen de los medios utilizados	78
3.3 Comparativo de la participación ciudadana 2003 – 2009	89
3.4 Evaluación de la Campaña Institucional Nuestra Democracia Crece	90
Conclusiones	103
Acrónimos	106
Bibliografía	107

Introducción

El presente trabajo de investigación analizará y en su caso cuestionará la eficacia de los trabajos realizados por el Instituto Federal Electoral (IFE) a través de su Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEYEC) en materia de difusión durante el Proceso Electoral Federal 2008-2009 en el que se eligieron, entre otros cargos, a Diputados Federales y Senadores de la República.

Este trabajo fue de mi total interés ya que durante el periodo en cuestión desempeñé el cargo de Jefe de Departamento de Campañas de Difusión y Promoción de la Participación Ciudadana en la DECEYEC, el cual, tenía la responsabilidad de planear, coordinar y supervisar a nivel nacional la difusión de la educación cívica, promoción de la participación ciudadana y el Programa de Participación Política en Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres.

Es importante comenzar diciendo que para el IFE fue de suma importancia promover la participación ciudadana durante ese proceso electoral debido a que la situación política que vivía el país en ese momento auguraba un gran ausentismo en la jornada electoral, toda vez que muchas de las instituciones carecían de credibilidad, entre las cuales se encontraba el IFE, dado que venía de un proceso electoral muy cuestionado como lo fue en 2006, en donde la diferencia entre el candidato del Partido Acción Nacional (PAN) y el del Partido de la Revolución Democrática (PRD) fue tan solo de 0.56%, equivalente a 233,831 votos.¹

Adicionalmente, en ese momento existía un gran descontento por parte de la población ya que consideraban que el gobierno en turno no atendía sus principales necesidades tales como la falta de un proyecto que solucionara el desempleo, una educación de excelencia, una economía estable, etc., lo cual sin duda alguna, daría como resultado un alto abstencionismo en las elecciones intermedias del 2009.

¹ Elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, resultados del cómputo final del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, URL: http://www.ife.org.mx/documentos/Estadisticas2006/presidentet/gra_nac.html. Consulta: 11 de noviembre de 2012.

Dicho lo anterior, el periodo analizado para la ejecución de este trabajo es a partir del inicio del proceso electoral que fue del 3 de octubre de 2008 y finalizó, el 6 de septiembre de 2009, fecha en la que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) otorgó, a más tardar, el dictamen de validez de la elección y la constancia de ganador al candidato electo mediante la mayoría de votos.

Normativamente la difusión de la promoción de la participación ciudadana la realiza el IFE ya que de acuerdo con lo establecido en el Artículo 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) *“La promoción de la participación ciudadana para el ejercicio del derecho al sufragio corresponde al Instituto Federal Electoral, a los partidos políticos y sus candidatos. El Instituto emitirá las reglas a las que se sujetarán las campañas de promoción del voto que realicen otras organizaciones”*. Asimismo, el Art. 105 inciso G dice que es un fin del IFE *“Llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática”* así como el 132 señala que la DECEYEC tiene la atribución de *“Orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales”*.

Para dar cumplimiento, el IFE realizó una estrategia de difusión que consideró la emisión de diversos mensajes a través de los principales medios electrónicos (radio y TV), medios impresos (periódicos y revistas) y a través de la comunicación masiva² (espectaculares, transporte público, pantallas electrónicas, etc.) con el objetivo principal de promover entre la población de todo el país la campaña institucional titulada *“Nuestra Democracia Crece”* que constó de tres Subcampañas: Educación Cívica, Promoción de la Participación Ciudadana y Actualización del Registro Federal de Electores.

² Shirley Biagi. *Introducción a los medios masivos de comunicación*. Thomson, California State University, Sacramento. 2006. Pp. 5-11.

La característica principal de la estrategia estuvo enfocada a promover la participación ciudadana por medio de la comunicación masiva la cual tiene como peculiaridad principal que los mensajes son enviados al destinatario a una gran velocidad o en un plazo muy breve a través de una gran diversidad de alternativas como por ejemplo el internet, medios impresos, medios exteriores, transporte público, principales avenidas, entre otros.

En el argot publicitario manejado al interior del IFE, estos medios masivos de comunicación son conocidos también como “medios alternativos de difusión” los cuales en la actualidad han tenido un gran auge ya que, como ya se comentó, tienen la facilidad de llegar rápidamente al público objetivo primario, sin embargo, en la actualidad hacer publicidad se ha convertido en algo extremadamente caro, ya que para comprar un spot en radio, televisión ó en algún medio impreso se requiere contar con un alto presupuesto para realizar una campaña publicitaria, lo que en muchos casos a traído como resultado que las empresas no quieran invertir tanto en publicidad y busquen nuevas opciones por costos menores, como lo son los medios alternativos.

Existen una gran diversidad de medios alternativos entre los cuales destacan la publicidad exterior, vallas metálicas, espectaculares fijos y móviles, pantallas electrónicas, empaques de productos, estands, promocionales, publicidad en salas cinematográficas, cajeros automáticos, transporte público, etc.

Es importante mencionar que estos medios alternativos ofrecen también varias ventajas sobre los medios tradicionales (como la radio o la televisión) entre las que se encuentra una gran accesibilidad, un mayor alcance, frecuencia, menor costo, ubicación y mayor impacto. No obstante, también tienen sus desventajas ya que están vinculadas, entre otras cosas, al mensaje fugaz, medición de la audiencia, disponibilidad de lugares, a la contaminación visual, entre otras.

El uso de estos medios por parte del IFE fue utilizado principalmente durante “el último periodo previo a la Jornada Electoral” debido a que con las modificaciones realizadas a la Ley Electoral en noviembre de 2007, el IFE dispuso de poco tiempo para difundir en este periodo su Campaña Institucional en los medios electrónicos ya que los 48 minutos diarios

en cada canal y/o estación de radio y TV³ que la ley le otorga para la emisión de spots tuvo que ser dividido entre el propio IFE, Partidos Políticos y otras Autoridades Electorales durante las diferentes etapas del Proceso Electoral, las cuales serán explicadas en el segundo capítulo de este trabajo con el objeto de conocer el periodo en el cual se desarrolló la campaña de difusión a través de estos medios.

Asimismo, la estrategia implementada por el IFE consideró una campaña integral la cual unificó criterios con el objeto de lograr una mayor recordación de los mensajes, por lo que se optó que éstos fueran desarrollados bajo la misma línea creativa y conceptual. Es decir, que los mensajes emitidos en radio y televisión, fueran adaptados a cualquier medio alternativo, con la finalidad de reforzar el mensaje y así lograr una mayor recordación e impacto de lo difundido. Para tal fin, se consideraron medios cuyo impacto y penetración ya había sido antes probada por el IFE, o en su caso, medida mediante estudios mercadológicos realizados por diversas empresas, por lo que se consideró lanzar una campaña a nivel nacional en donde el tipo de medio varió de acuerdo a la entidad, municipio y número de habitantes.

Los medios alternativos utilizados para la promoción de la participación ciudadana fueron los siguientes:

- Tortillerías
- Sistema de Transporte Colectivo Metro de la Ciudad de México
- Sistema de Tren Eléctrico Urbano en Guadalajara
- Sistema de Transporte Colectivo de Monterrey (Metrorrey)
- Tren Suburbano
- Internet (banners en algunos de los portales más visitados de internet)
- Corredor Metrobús Insurgentes
- Pantallas Electrónicas
- Autobuses Urbanos
- Carteleras Espectaculares
- Revistas y periódicos
- Espectáculos lúdicos

³ *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, Artículo 55: 1. Dentro de los procesos electorales federales, a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, el IFE tendrá a su disposición cuarenta y ocho minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión. 2. Las transmisiones de mensajes en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas de cada día. En los casos en que una estación o canal transmita menos horas de las comprendidas en el horario antes indicado, se utilizarán tres minutos por cada hora de transmisión.

Las ventajas:

- Cobertura (medios que llegaran a entidades de toda la República Mexicana).
- Alcance (abarcar a toda la población, desde municipios con alto grado de marginación D/E, hasta población con nivel socioeconómico A/B)⁴
- Eficiencia comprobada con anterioridad (con base en medios utilizados anteriormente por el IFE, así como por estudios elaborados por la empresa IPSOS en 2007 y 2008)⁵.
- Innovación del medio (medios novedosos, nunca antes empleados con alcance a cierto sector poblacional).
- Mayor número de impactos (medios con espacios publicitarios ubicados en lugares con afluencia peatonal y vehicular significativa).
- Bajos costo (medios que fueran económicos y que ofrecieran mayor cobertura).

Cabe señalar que la utilización de estos medios por parte del IFE no fue una novedad ya que durante los procesos electorales intermedios de 1997 y 2003 se llevó a cabo la producción de volantes, dípticos, trípticos, carteleras espectaculares, parabuses, buzones, mantas, pendones y en el metro de la ciudad de México, pero con una cantidad y una cobertura geográfica muy limitada por lo que el impacto en la ciudadanía fue bueno, sin embargo, no el más deseado. Por tal razón, para el proceso electoral de 2009 se buscaron medios más duraderos para que el mensaje estuviera presente entre la población de manera constante y que formara parte de su entorno para que fuera visto innumerables veces logrando con esto mayor recordación.

Los criterios utilizados para la selección de los municipios en los cuales se contrataron espacios para la difusión de la promoción de la participación ciudadana a través de estos medios fueron con base en el mayor número de habitantes y con grado de marginación medio, alto y muy alto, de acuerdo en los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI. Asimismo se tomó en cuenta el mayor número de personas inscritas en la lista nominal y mayor porcentaje de abstención en el proceso electoral federal de 2003 (por ser este el proceso electoral intermedio inmediato anterior).

⁴ Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI), *Medición de Nivel Socioeconómico*. Febrero 2008.

⁵ *Estudios Cualitativos y Cuantitativos de las campañas institucionales*. URL: [http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Evaluacion cuantitativa de campanas institucionales/?jsessionid=FnW2JTyJd99TGs10QCqwGgBVvSSb9StyWcLSCMpYy4sLJWHYlyTR!-685843552!NONE](http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Evaluacion%20cuantitativa%20de%20campanas%20institucionales/?jsessionid=FnW2JTyJd99TGs10QCqwGgBVvSSb9StyWcLSCMpYy4sLJWHYlyTR!-685843552!NONE) Consulta: 21 de febrero de 2012.

Una vez finalizada la difusión en los municipios seleccionados y realizado el cómputo del Proceso Electoral Federal, fue necesario conocer si la difusión realizada a través de estos medios cumplió con el impacto deseado en la ciudadanía, por lo que el IFE contrató a la empresa Parametría (se analizará en el capítulo 3) para realizar un estudio cuantitativo que tuvo como objetivo evaluar el impacto, recordación y percepción de los mensajes emitidos durante el proceso electoral federal 2008-2009, así como conocer las características que permitieron reforzar los mensajes que fueron aceptados, comprendidos y empáticos entre la población, y aquéllas que ayudaron a reorientar las estrategias de comunicación para alcanzar mejores resultados de eficiencia y calidad de los mensajes.

Finalmente, parte fundamental de la teoría de este trabajo se sustenta en Robert Dahl, ya que él, entre otros, considera que para que un sistema político funcione correctamente los ciudadanos deben poder, entre otras cosas, formular sus preferencias y expresarlas a otros y al gobierno mediante la acción individual o colectiva. Además dice que el Estado tiene que garantizar por lo menos la libertad de asociación y organización, la libertad de pensamiento y expresión, el derecho de sufragio activo y pasivo, el derecho a competir por el apoyo electoral, “fuentes alternativas de información accesibles”, elecciones periódicas libres y justas, así como la existencia de instituciones que controlen y hagan depender las políticas gubernamentales del voto y de otras expresiones de preferencias.

Cap. 1 Democracia, Educación Cívica y Participación Ciudadana

Como ya se comentó en la introducción, para el Instituto Federal Electoral fue de suma importancia promover la participación ciudadana durante el proceso electoral federal de 2009, por lo que a lo largo de este capítulo se abordarán temas íntimamente ligados a este trabajo de investigación tales como la Democracia, la Educación Cívica y la Participación Ciudadana.

1.1. Democracia

La democracia es el instrumento político que permite a los ciudadanos de un país elegir libremente a sus gobernantes, es una construcción humana que depende de la inteligencia y voluntad de todos sus miembros. Democracia como forma de gobierno es sinónimo de soberanía popular, es decir, que ningún poder o autoridad puede estar por encima de las decisiones del pueblo.

Bobbio define a la democracia como un conjunto de reglas procesales para la toma de decisiones colectivas en el que está prevista y propiciada la más amplia participación posible de los interesados. Para que un régimen democrático tenga un correcto funcionamiento en el modo de gobernar, tenemos que remontarnos a lo que los antiguos llamaron “*gobierno de las leyes*” [...] *el Derecho y el Poder son dos caras de la misma moneda: sólo el poder puede crear Derecho y sólo el Derecho puede limitar el poder.* [...].⁶

En la actualidad cuando hablamos del *gobierno de las leyes* pensamos primeramente en las leyes fundamentales que establecen no tanto lo que los gobernadores deben hacer, sino en la forma en que las leyes deben ser planteadas y además que sean normas que obliguen a los mismos gobernadores más que a los ciudadanos.

⁶ Norberto Bobbio, *El futuro de la democracia*, México, Fondo de Cultura Económica (1ª reimpresión), 2003, p. 19

Robert Dahl dice que *“Fueron los griegos – probablemente los atenienses – quienes acuñaron el término democracia, o demokratia, de las palabras griegas demos, el pueblo, y kratos, gobierno. Es interesante, por cierto, que mientras que en Atenas la palabra demos se refería usualmente a todo el pueblo ateniense, en ocasiones sólo aludía a la gente corriente o incluso a los pobres. La palabra democracia parece que fue utilizada a veces por sus críticos aristocráticos como una especie de epíteto, para mostrar su desprecio por la gente común que había arrebatado a la aristocracia su anterior control sobre el gobierno. En cualquier caso, demokratia se aplicó específicamente por los atenienses y otros griegos al gobierno de Atenas y también de otras muchas ciudades de Grecia”*.⁷

Asimismo menciona que durante largos períodos de tiempo de la historia humana, la democracia desapareció en la práctica, y sobrevivió sólo apenas como una idea o una memoria entre unos pocos distinguidos. En los 2 siglos anteriores la democracia fue más un objeto de debate filosófico que un sistema político real que pudiera ser adoptado y practicado por la gente, e incluso en los extraños casos en los que realmente existió una “democracia” o una “república”, la mayoría de los adultos no estaban autorizados a participar en la vida política. No fue sino hasta el siglo XX que tanto en la teoría como en la práctica, la democracia vino a exigir que el derecho a participar plenamente en la vida política debía ser extendido a toda la población adulta que residía permanentemente en un país.

Según Bobbio, las reglas formales que por lo menos deben definir a la democracia son:

1. Las elecciones políticas deben tener lugar por medio del sufragio igual y universal (o, por lo menos, ‘muy amplio’), y repetirse con un grado razonable de periodicidad.
2. Los individuos deben de ser libres de votar de acuerdo con su propio criterio, formado con la mayor libertad posible en el contexto de una competencia abierta entre agrupamientos políticos rivales.
3. Deben presentarse a los votantes ‘alternativas reales’, a fin de que tengan una opción entre soluciones políticas genuinamente diferentes.

⁷ Robert Dahl, *La democracia. Una guía para los ciudadanos*, Madrid, Taurus, 1999, p. 18

4. Debe seguirse el principio de la decisión mayoritaria en las resoluciones de las asambleas electivas (o el de la decisión de compromiso en el caso de las democracias ‘asociadas’ o ‘neocorporativas’).
5. Debe ponerse algún límite al alcance legal de las decisiones mayoritarias, en el sentido de que ninguna decisión debe violar los derechos políticos de una minoría ni impedir que se convierta, teniendo una igualdad de oportunidad, en una mayoría.”⁸ Asimismo, Danilo Zolo menciona que Schumpeter dice que debe existir la idea del “bien común” para todos los miembros de un grupo social y de que este “bien” o “interés general” es fácil de definir y es accesible a toda persona “normal” con los medios del razonamiento y la discusión⁹ (Schumpeter, Common good, 1954, pp. 239-241).

La democracia como forma de gobierno es la participación del pueblo a través del sufragio y como estilo de vida es un modo de vivir basado en el respeto a la dignidad humana, la libertad y los derechos de todos los miembros de la comunidad.

El fin de la democracia consiste en poner bajo control el poder político, y el mejoramiento de las condiciones del pueblo, ya que la política no es asunto sólo de los gobernantes y legisladores, sino de todos los ciudadanos debido a que las decisiones políticas que se tomen influyen en nuestra vida de manera directa. No se debe ver a la democracia como una solución a los problemas que aquejan a nuestra sociedad, la democracia sólo enfrenta los problemas y determina cómo deben plantearse y promoverse las políticas que pretendan resolver los mismos. *La democracia no es únicamente un procedimiento de gobierno. Dado que los derechos son elementos necesarios de las instituciones políticas democráticas, la democracia es también intrínsecamente un sistema de derechos. Los derechos se encuentran entre los pilares esenciales de un proceso de gobierno democrático*¹⁰.

⁸ Citado en: Danilo Zolo. *Democracia y Complejidad*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1994, p. 132

⁹ Citado en: Danilo Zolo, *La Democracia Difícil*, Alianza Editorial, México, 1994. Pp. 68.

¹⁰ Dahl, Robert. Op. Cit., p. 60.

El gobierno es la expresión institucional de la autoridad del Estado. Su función consiste en la elaboración, ejecución y sanción de normas jurídicas a través de órganos legítimamente constituidos que organizan y estructuran el poder político bajo principios democráticos, es un grupo de individuos que comparten una determinada responsabilidad en las instituciones gubernamentales.¹¹ Por Estado se entiende como *un tipo muy especial de asociación que se distingue por la extensión en la que –entre todos aquellos sobre los que reivindica su jurisdicción– puede asegurar la obediencia de sus reglas por medio de sus superiores medios de coerción.*¹² Cuando hablamos del gobierno, generalmente hacemos referencia al gobierno del Estado. Con raras excepciones, a lo largo de la historia los estados han ejercido su jurisdicción sobre un pueblo que ocupaba un cierto territorio (aunque este territorio estuviera a veces poco delimitado o fuera discutido). De tal forma que podemos ver al Estado como una entidad territorial. Karl Popper dice que lo que distingue esencialmente a un gobierno democrático de uno no democrático es que solamente en el primero los ciudadanos se pueden deshacer de sus gobernantes sin derramamiento de sangre. Solamente allí donde las reglas son respetadas el adversario ya no es un enemigo (que debe ser destruido), sino un opositor que el día de mañana podrá tomar nuestro puesto.¹³

Tipos de democracia¹⁴

Democracia directa.- Es una forma de gobierno en la cual el pueblo participa de manera continua en el ejercicio directo del poder, se trata de una democracia autogobernante. Esto significa que el pueblo reunido en asamblea, delibera y decide en torno a los asuntos públicos, predomina una cultura oral de deliberación, el nivel de burocratización es bajo y el sentido del deber cívico es muy alto. El ciudadano no puede ser representado, sino por sí mismo, el pueblo participa directamente en la ratificación de las leyes que son aprobadas por unanimidad; este tipo de democracia es excluyente.

¹¹ Cfr. Javier Hurtado, *“Gobiernos y democracia”* Cuadernos de divulgación de la cultura democrática, No. 19, IFE, México 2007. p. 9

¹² Robert Dahl, Op. Cit., p. 51.

¹³ Popper K., *La società aperta e i suoi nemici*, Armando, Roma, 1973, p. 179, en Norberto Bobbio, *El futuro de la democracia*, México, Fondo de Cultura Económica (1ª reimpresión), 2003, p. 47.

¹⁴ Norberto Bobbio, *El futuro de la democracia*, México, Fondo de Cultura Económica (1ª reimpresión), 2003, p. 53.

Existen 3 formas de democracia directa¹⁵:

- a) El gobierno del pueblo a través de delegados investidos de mandato imperativo y por tanto revocables;
- b) El gobierno de asamblea, es decir, el gobierno no solo sin representantes irrevocables y fiduciarios, sino también sin delegados;
- c) El referéndum

Democracia representativa o indirecta.- El pueblo es gobernado por medio de representantes elegidos por el mismo pueblo, la elección se da a través del sufragio y todos los individuos tienen derecho a participar y a ser elegidos. Sin embargo no todo Estado representativo es democrático por el solo hecho de ser representativo.

Estas formas de gobierno se consideran como el punto neurálgico de todo sistema político en el que confluyen interacciones mutuamente determinantes entre los sistemas de partidos, electoral, cultural. Existen 3 sistemas de gobierno (parlamentario, presidencial y semipresidencial).¹⁶

- Sistema presidencialista.- Las jefaturas de Estado y de gobierno se concentran en una sola persona: el presidente, que es al mismo tiempo jefe de Estado y jefe de gobierno. El presidente es electo por sufragio universal de todos ciudadanos, el jefe del Ejecutivo y su gabinete son independientes del Legislativo son secretarios o ministros que él elige, el presidente y los congresistas cumplen un periodo fijo determinado. El presidente no puede ser destituido por el Congreso. Se basa en el principio de separación de poderes.¹⁷

¹⁵ Norberto Bobbio, *Estado, Gobierno y Sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, p. 217.

¹⁶ Cfr. Javier Hurtado, *Gobiernos y democracia*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, No. 19, IFE, México 2007, p.9

¹⁷ Miguel Carbonell, Pedro Salazar, *División de poderes y régimen presidencial en México*. México, UNAM, 2006. La separación de poderes es un principio de organización política por el que las distintas tareas de la autoridad pública (funciones del Estado), deben desarrollarse por órganos separados. El Estado realiza tres funciones 1) legislativa (producción de normas generales y abstractas) 2) judicial (verificación en concreto o la violación de esas normas y 3) ejecutiva (interpretación y normalización de las normas). La doctrina constitucional nos advierte sobre la separación de poderes que a) las mismas personas no pueden formar parte de más de uno de los tres órganos de gobierno; b) un

- Sistema parlamentario.- El parlamento es el eje en donde gira la acción gubernamental, las facultades del presidente son muy restringidas. Los ciudadanos eligen sólo a los integrantes del parlamento o Asamblea Legislativa y son ellos quienes con base en la regla de mayoría eligen de entre los propios legisladores, al jefe de gobierno. El poder ejecutivo depende, jurídica y políticamente del poder legislativo. El gobierno es colegiado, el gabinete toma decisiones colectivas y sus ministros deben apoyarlas. La Asamblea Legislativa está dotada del dominio absoluto, el Ejecutivo está estrictamente sometido a la Asamblea, pudiendo ser designado o destituido por ésta. La jefatura de Estado es por sucesión, designación o elección no popular, se basa en el principio de fusión de poderes.¹⁸

- Sistema colegiado o semipresidencial.- Es la combinación de los anteriores o un punto intermedio entre los dos. Este sistema se distingue por un presidente electo por sufragio universal, el presidente posee poderes constitucionales considerables, existe un primer ministro que se nombra con aprobación de la Asamblea, es opuesto al presidente y posee poderes ejecutivos y gubernamentales. El presidente es independiente del parlamento y puede disolverlo, tomando el parecer del primer ministro y de los líderes de la Asamblea Legislativa. El primer ministro y los demás miembros de su gobierno dependen de la confianza del presidente y del Parlamento y el gobierno no emana del Parlamento sólo es responsable ante éste.

La estabilidad política de los sistemas semipresidenciales, radica en el establecimiento de mayorías parlamentarias, es decir, si el presidente es líder de su partido y éste posee la mayoría estable en el Parlamento, el presidente se convertirá en jefe de Estado y jefe de gobierno, dejando al primer ministro en un papel secundario como jefe de gabinete o coordinador de ministros, así el

órgano no debe interferir con el desempeño de las funciones del otro, y c) un órgano no debe ejercer las funciones que tiene asignadas otro órgano.

¹⁸ El principio de fusión de poderes es una característica fundamental del sistema parlamentario en donde el poder ejecutivo y el legislativo se entremezclan. En una fusión de poderes el jefe de gobierno debe de tener la mayoría en la legislatura de su mismo partido para controlar y transmitir cualquier tipo de leyes que convengan a su gobierno.

presidente se convierte en una figura poderosa con grandes atribuciones. Se basa en el principio de compartición de poderes.¹⁹

Valores de la democracia

Libertad: es tener la posibilidad de actuar sin ninguna interferencia, es un derecho del que gozan todas las personas y que les permite elegir entre diversas alternativas sin verse sujetos a sanciones, amenazas o impedimentos. Es una serie de derechos o libertades específicas, de pensamiento, de expresión, de tránsito, de empleo de religión que cada persona elige como forma de vida.

La libertad democrática tiene un sentido de responsabilidad por parte de los ciudadanos y por parte de los partidos, dirigentes y candidatos; responsabilidad para reconocer que todos los participantes en una democracia tienen intereses diferentes, responsabilidad para hacerse cargo de los costos y consecuencias de sus acciones y responsabilidad para asumir las obligaciones derivadas de los pactos, compromisos y negociaciones en las que se participa. Libertad democrática supone entonces libertad de “poder hacer” con responsabilidad, donde esté dado el espacio público que permita y garantice, tanto el libre ejercicio de las facultades de la persona como el de los procesos políticos y sociales. En el orden social democrático, la libertad se manifiesta en los derechos civiles, políticos y sociales.

Igualdad: El valor de la igualdad en un sistema político se refiere al principio jurídico por el cual se reconoce a todos los ciudadanos, sin distinción de clase, raza o religión con los mismos derechos y a la igualdad de todos los ciudadanos ante la ley. La igualdad responde a criterios de proporcionalidad, equidad, mérito y acceso a las mismas oportunidades.

¹⁹ El principio de compartición de poderes se refiere a que el poder de un país se comparte entre el presidente, el parlamento, el gobierno, con un sistema judicial independiente. Poder ejecutivo: el presidente ocupa la función de jefe de Estado presidente del gobierno y jefe de la armada y nombra al vicepresidente. Poder legislativo: El Parlamento está formado por una única cámara de 200 miembros, mas el presidente. Poder Judicial: El poder judicial es independiente del ejecutivo y del legislativo, los tribunales pueden tratar cualquier asunto civil o penal, el Tribunal Supremo dispone de un amplio poder. La constitución de autoriza examinar la constitucionalidad de cualquier ley o acto del poder ejecutivo.

La igualdad como un valor de la democracia se refiere a que cada ciudadano tiene derecho a un solo voto y que ningún voto vale más que los demás. No existen diferencias ni preferencias intelectuales, físicas o socioeconómicas en un sufragio, todos los ciudadanos gozan de los mismos derechos y obligaciones, no existen grupos o clases privilegiadas con mayor derecho político. Ningún ciudadano vale políticamente más que otro.

Robert Dahl dice que el principio de la igualdad política presupone la idea de que todos los miembros están igual de bien cualificados para participar en las decisiones siempre que tengan adecuadas oportunidades de instruirse sobre las cuestiones relativas a la asociación mediante la indignación, discusión y deliberación.²⁰

La fraternidad democrática: se refiere a que los miembros de una sociedad no deben verse como enemigos, sino como partícipes en una formación de la voluntad política nacional, este valor permite concebir a la política con tolerancia y racionalidad, reconociendo que los conflictos entre grupos de interés o de partidos políticos, no se superan con el aplastamiento o el aniquilamiento sino que los conflictos deben de resolverse y tratarse de manera política negociando y buscando soluciones colectivas legítimas y aceptables para todos.²¹

Tolerancia: Es el reconocimiento de las diferencias, de la diversidad de costumbres y formas de vida, tolerar no significa aceptar siempre lo que otros opinen o hagan, sino reconocer que nadie tiene la verdad absoluta y a respetar los puntos de vista ajenos.

La democracia se enfrenta al problema que resulta de vivir juntos y ser diferentes, esta cuestión se resuelve mediante la articulación de la idea de la tolerancia, sin la cual no pueden funcionar ni las instituciones, ni los procedimientos y reglas democráticas. No solo

²⁰ Robert Dahl, *La democracia. Una guía para los ciudadanos*, Madrid, Taurus, 1999, p. 50.

²¹ Luis Salazar, José Woldenberg, *“Principios y valores de la democracia”*. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, No. 1 IFE, 2003 p-p 25-34

se usa para resolver conflictos, sino es una virtud cívica y por ello representa un valor ético de la democracia, la tolerancia no implica renunciar a nuestras convicciones personales, significa respeto mutuo y voluntad de dialogo.

Otros valores de la democracia son: el respeto, el diálogo, el pluralismo y la legalidad.²²

Un sistema democrático exige un aprendizaje colectivo de los valores de la estabilidad, la paz, la legalidad, la autolimitación, la cooperación y de la tolerancia, estos valores conducen a la formación de partidos y tendencias políticas conscientes en donde nadie puede estar por encima de la legalidad, evita los privilegios contra la mayoría y respeta los derechos de las minorías.

1.2. EDUCACIÓN CÍVICA

La educación cívica enseña reglas de ordenamiento, inculca valores y actitudes a favor de la democracia, impulsa la construcción de ciudadanos capaces de conducirse con honestidad y apego a la ley y ejercer su libertad con responsabilidad.

En un país democrático el papel fundamental de la educación cívica es formar y desarrollar capacidades cívicas en los ciudadanos para que participen de manera libre racional y responsable en las actividades políticas, ya que *“para lograr un país democrático es necesario la participación de la sociedad”²³*.

²² Pedro Salazar. Una aproximación al concepto de legalidad y su vigencia en México. Respeto.- El respeto es aceptar y comprender tal y como son los demás, aceptar y comprender su forma de pensar aunque no sea igual que la nuestra. Dialogo.- Es un proceso de toma de decisiones no autoritario, abierto, público y compartido sujeto a crítica en donde los grupos no actúan sin comunicarse las cuestiones que puedan afectarles. Pluralismo.- Es la existencia de diversos intereses, organizaciones, estructuras sociales, valores y comportamientos en una esfera social. Legalidad.- Es un requisito y un atributo del poder que supone ciertos límites al ejercicio del mismo, un poder es legal y actúa legalmente en la medida en la que se constituye de conformidad con un determinado conjunto de normas y se ejerce con apego a otro catálogo de reglas previamente establecidas.

²³ Erika Tapia Nava. *Ensayo sobre educación cívica*, URL= [http:// www.cee-nl.org.mx/](http://www.cee-nl.org.mx/), Consultado: 16 de Marzo de 2010.

Con la educación cívica se forma en los ciudadanos valores democráticos que orientan su conducta y definen su posición frente a realidades concretas. La aceptación de la diversidad, la libertad, la igualdad de derechos, el respeto a la ley, la solidaridad, la tolerancia, la igualdad, la honestidad, la responsabilidad y la participación son valores de la democracia producto del aprendizaje social. La educación cívica sirve para consolidar estos valores y perfeccionar la democracia.

*La educación cívica asociada a la participación y construcción de ciudadanos, se plantea como un instrumento cuyo objetivo es educar para la democracia*²⁴. La disposición para dicha democracia no es algo congénito, inherente al hombre, es un producto del aprendizaje social. Los valores de la democracia se aprenden y ese aprendizaje varía según la posición de cada individuo dentro de la sociedad. Las personas aprenden o adoptan las normas de la tolerancia, el respeto a la privacidad, el derecho a un juicio justo a la medida que tienen acceso a la información y a los asuntos públicos.

Juan Cajas en su libro *Educación para el futuro*²⁵ expresa que en el proceso de construcción democrática no sólo se busca el voto, sino hacer de la nación un plebiscito cotidiano y que esto se logra deliberando y apoyando a la sociedad e impulsando mecanismos institucionales y pedagógicos para que los ciudadanos participen de manera consciente en la vida política del país. Esto implica la preparación de las personas en conceptos teóricos de política y derecho, ya que está planteada para ser utilizada en gobiernos democráticos en donde las personas necesariamente deben participar y aportar. Es por eso que hay que formar ciudadanos conocedores de conceptos políticos y legales que sean capaces de enfrentar problemas que surgen en un país y puedan estar listos para cumplir con sus derechos de sufragio y lo hagan con decisiones fundamentadas.

Las competencias cívicas y éticas en las que se basa esta educación son:

- Me conozco, me valoro y me regulo.
- Me comprometo con mi comunidad, con mi país y con el mundo,

²⁴ Juan Cajas Castro. *“Educar para la democracia: algunas campañas y experiencias de Educación Cívica en América Latina”*, México, Instituto Federal Electoral, 2000, p. 11.

²⁵ Juan Cajas Castro. *Educación para el futuro*, México, 2ª. Edición, sep 2009, 169 p.

- Respeto la diversidad.
- Conozco, respeto y defiendo los derechos humanos.
- Convivo de manera pacífica y democrática.
- Me comunico y dialogo.
- Participo
- Soy crítico.
- Respeto y valoro la justicia y la legalidad.
- Defiendo la democracia.
- Valoro la autoridad democrática.²⁶

En este proceso resulta decisiva la información política, entre más enterada esté la gente de los asuntos políticos, más será su participación. La educación es una fuerza que dirige el desarrollo de los ciudadanos e influye sobre el compromiso político. Los ciudadanos educados comprenden mejor los hechos políticos, tienen más facilidad de identificar a sus líderes y conocen más los acontecimientos políticos recientes, discuten, leen y se interesan más que los no educados; es en esta parte en donde el papel fundamental del Instituto Federal Electoral en materia de educación cívica es preponderante, ya que tiene que lograr que esas personas a las que denominamos no educadas políticamente, se eduquen y participen aunque su nivel educativo sea mínimo, pero sin descuidar a la parte con educación y que a través de sus campañas los invita a seguir participando en la democracia²⁷.

Por lo tanto el objetivo principal de educar para la democracia es conseguir un ciudadano responsable, participativo pero que esté informado y orientado en temas de política, justicia y derecho para que busque cambiar las cosas que considere injustas en su entorno y sea capaz de hacerlo sin perjudicar a las personas que le rodean de acuerdo con las reglas vigentes de la sociedad donde vive. Esta educación excluye la violencia para la solución de conflictos, promueve el dialogo y el respeto a la autoridad.

²⁶ Silvia Conde Flores, *“Educar para la democracia”*, Cuadernillos de apoyo a la gestión escolar democrática, No. 6, IFE, 2004 p.10

²⁷ Cfr. Gilberto Guevara Niebla. *Democracia y Educación*. Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, Instituto Federal Electoral, México, 1998. pp. 50-58.

Los fines de la Educación Cívica son:

- 1) Generar una demanda social de democracia.
- 2) Formar personas con un sólido desarrollo de conocimientos y competencias cívicas, con valores éticos.
- 3) Estructurar un orden social fundado en el principio de igualdad y la formación del hombre socialmente justo que sea consciente de su naturaleza social, de su calidad como miembro de una sociedad y cumpla con sus obligaciones que el Estado le impone.
- 4) Generar conciencia sobre las normas sociales existentes y estructurar jurídicamente a la sociedad creando un verdadero estado de derecho, como la forma de organización que mejor garantice la seguridad, la igualdad, la paz y la tranquilidad del individuo y la sociedad para no caer en la dictadura ni en la anarquía²⁸.
- 5) Fomentar la gobernabilidad democrática y capacitar a las personas para asegurar un mejor funcionamiento de la democracia.
- 6) Formar personas capaces de participar en la democratización de los espacios públicos y privados y que sean respetuosas de las diversidades culturales y defensoras de la equidad de género.
- 7) Formar personas sensibles ante los sucesos actuales, que se interesen por los problemas y desarrollen prácticas democráticas y que sean capaces de mejorar las instituciones y los procedimientos democráticos, con un alto sentido de justicia y legalidad, que conozcan la ley y cumplan con sus deberes fundamentales.

Estos fines se desarrollan con un proceso educativo centrado en la persona como ser moral, donde la meta es el desarrollo de la conciencia autónoma y el ejercicio responsable de las libertades. Se le enseña al ciudadano a través de diversos medios y programas cuáles son sus derechos, que es la democracia y sus instituciones y se le dan herramientas para desarrollar habilidades cognitivas que faciliten el aprendizaje de las nociones cívico – políticas.

²⁸ Juan López Sánchez, *Fundamentos de la Educación Cívica y Social*. México 1964. p. 27

La política actualmente ya no posee la credibilidad del ciudadano, lo que busca la educación cívica es la dignificación de la política de forma valorativa y en la práctica, enfatizando que la política es una actividad ordenadora en la vida social, el resultado será la organización de los ciudadanos, identificación de problemas, proyectos, debates constructivos y participación en el diseño y aplicación de políticas públicas y rendición de cuentas a las autoridades públicas y políticas, esto implica que la gente pida, quiera y exija vivir en democracia y quien posee este derecho es el ciudadano dentro de su comunidad. La democracia no se da solo con la participación y demanda de los ciudadanos, también hay que educar en valores y prácticas a quienes nos gobiernan y generar responsabilidad en el desarrollo de sus actos para evitar conflictos.²⁹ Los programas de Educación Cívica pretenden desarrollar en los ciudadanos la capacidad de trabajar en equipo, de participar, de comunicarse, de tomar decisiones y habilidades relativas a la participación electoral, prepara a los ciudadanos para la acción, la convivencia, la toma de decisiones y el ejercicio de sus derechos; busca formar ciudadanos con un alto desarrollo moral.

La educación es información y formación, al educarse el ciudadano amplía su visión de las cosas y comprende con mayor claridad el funcionamiento de las sociedades, el conocimiento le permite formarse un criterio de su realidad y desempeñar su rol social con mayor sentido y coherencia, dando herramientas de análisis que le permiten una mejor comprensión de su entorno social, le permite un cambio de actitud que pasa de la expectación a la actuación y ayuda a que el ciudadano busque la necesidad de un cambio social y realice actividades orientadas al cambio que busca, organizándose y reivindicando sus intereses en la esfera pública. La formación ciudadana implica fomentar una cultura política que estimule la participación cívica y se respeten los derechos humanos y las diferencias culturales en un marco de justicia y libertad. Busca que los ciudadanos estén informados del acontecer local, nacional y mundial, que se tenga conocimiento de cuestiones políticas, económicas y culturales, ya que no habrá

²⁹ *Democracia y Construcción de la Ciudadanía, nuevos paradigmas, nuevos caminos*. Instituto Electoral del D.F. México, 2007

ciudadanos comprometidos con la vida democrática del país si no los proveemos de información para que la analicen, piensen y discutan.

Los compromisos políticos y democráticos que ejerce la educación cívica son:

- 1.- Participación política.- Busca la actividad y la participación ciudadana en la intervención para designar a los gobernantes e influir en la formación de la política estatal. Es efectiva si logra que el ciudadano incida en las decisiones políticas y forme parte activa en el proceso electoral, o sólo se limite a votar. La participación política incluye que un ciudadano forme parte de algún cargo representativo, que realice acciones que influyan en las actitudes de los políticos, y que forme parte de actos a favor o en contra de medidas tomadas por políticos como manifestaciones y participar en asociaciones de carácter político como formar parte de un partido político, crear o formar parte de un sindicato. Por lo tanto los modos de participación política son: voto, participación en campañas electorales, participación en organizaciones políticas, contacto directo con políticos y medios de comunicación y la protesta política.
- 2.- Voto.- El voto es el instrumento más importante con que cuentan los ciudadanos para influir en la toma de decisiones públicas para poder mejorar su condición de vida. El compromiso fundamental de la educación cívica en este rubro es obtener el mayor número de votantes en un sufragio y reducir el abstencionismo. El Instituto Federal Electoral en su programa de educación cívica *“Educación para el ejercicio del voto libre y razonado”* se enfocó especialmente en las personas con baja escolaridad, en la gente que reside en las comunidades indígenas, que por sus condiciones sociodemográficas o culturales, eran susceptibles a no ejercer su derecho a votar o a ser presionados por actores políticos para que vendieran su voto, con el objetivo de reducir el abstencionismo y la baja efectividad del voto.³⁰

³⁰ Informe de buenas prácticas en la protección de programas sociales “Programa Institucional “Educación para el ejercicio del voto libre y razonado, Instituto Federal Electoral, Julio 2006.

- 3.- Tolerancia política.- Se entiende como una forma normativa de la política que permite la convivencia y el reconocimiento público de las diferentes tendencias políticas del país, por ejemplo los partidos políticos, quienes tienen conceptos y pensamientos distintos. El compromiso de la Educación cívica en este punto es tener una coexistencia cooperativa entre las diferentes tendencias políticas para el bien de la ciudadanía, con carácter pacífico para el procesamiento de las diferencias que produce el pluralismo democrático. La comprensión del pluralismo implica; la comprensión de la tolerancia, del consenso, del disenso y del conflicto. Al ser tolerantes esperamos ser tolerados, el consenso permite compartir algo que nos vincula, el disenso nos separa o nos convierte en una nueva minoría.
- 4.- Atención a la política.- En un gobierno constitucional existen partidos políticos que compiten entre sí por el acceso a la representación política, se realizan elecciones libres y periódicas donde el partido mayoritario encabeza el gobierno, el gobierno rinde cuentas a los ciudadanos y se hace responsable de sus actos y consecuencias.
- 5.- Conocimiento de los principios democráticos.- Se dan con el conocimiento del país y su entorno social y político, con la comprensión de los distintos tipos de autoridades democráticas y conocimiento de cómo está organizado el gobierno, las funciones y limitaciones de las autoridades en México. Esta información se da a través de programas de Educación Cívica que incluyen talleres, conferencias, medios impresos, radio, televisión y programas de estudio que se aplican en las instituciones.
- 6.- Conocimiento de los líderes.- Los ciudadanos tienen el derecho a solicitar fuentes de información alternativas e independientes de otros ciudadanos, pueden consultar periódicos, revistas, libros, Internet, etc. para el conocimiento de los líderes políticos que buscan la alternancia en el poder, para conocer sus propuestas, sus retos y obligaciones que están dispuestos a ejercer si son electos. Además, existen efectivamente fuentes de información alternativas que no están bajo el control del gobierno ni de cualquier otro grupo político individual que intente influir sobre los valores y las actitudes políticas públicas, y estas fuentes alternativas están

efectivamente protegidas por la ley. “[...] el pluralismo y la competencia no garantizan, en opinión de Bobbio, una libertad política efectiva, excepto en tanto que logran presentar a los votantes un espectro de alternativas políticas diferenciadas, entre las cuales debe hacerse una elección significativa.”³¹

7.- Conocimiento de otros hechos políticos actuales: “[...] si las instituciones encargadas de promover la educación cívica son débiles, sólo queda una única solución satisfactoria. Deben ser fortalecidas. Quienes creemos en los fines democráticos estamos obligados a buscar fórmulas para que los ciudadanos puedan adquirir la competencia que precisan. Las instituciones que se crearon en los países democráticos durante los siglos XIX y XX dirigidas a promover la educación cívica quizá no sean ya adecuadas. Si esto es así, los países democráticos deberán entonces crear nuevas instituciones o completar las antiguas”.³²

1.3 Participación Ciudadana

La participación ciudadana es el proceso por el cual los ciudadanos de una sociedad en conjunto participan y se organizan para expresar problemas específicos de su comunidad para encontrar soluciones bajo una acción compartida con propósitos transparentes y colectivos aunque la verdadera participación es la que se produce como un acto de voluntad individual a favor de una acción colectiva. Se refiere a la forma en que las personas pueden contribuir a la realización de actos referentes a temas de gobierno.

Para que se dé la participación ciudadana debe haber los siguientes factores:

- 1) Una razón que anime a la gente a participar;
- 2) Pertener a una comunidad política en forma activa;
- 3) La existencia de ciudadanos libres y conscientes de sus derechos, capaces de poner en juego sus intereses y sus demandas;

³¹ Danilo Zolo, *Democracia y Complejidad*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1994, p. 133.

³² Robert Dahl, *La democracia. Una guía para los ciudadanos*. Madrid, Taurus, 1999, p. 93.

- 4) Las posibilidades para hacerlos, interviene el ambiente que les rodea y la voluntad de intervenir de manera voluntaria; y
- 5) Un espacio público donde se lleve a cabo la participación.

En la participación ciudadana siempre existen personas que aportan más o menos que otros, cada quien tiene motivos individuales para participar, esto lleva a una confrontación de opiniones o de expectativas individuales, no se puede participar para obtener siempre lo que un individuo desea. Se puede participar realizando actos de control, presentando denuncias o quejas, emitiendo opiniones en materia de organización o seguridad, o participando en toma de decisiones políticas.

El ciudadano responsable es aquel que cumple con los deberes estipulados en su comunidad, el ciudadano participativo es el que da un paso más porque se involucra en los asuntos cívicos y sociales de su comunidad y realiza acciones para que estos asuntos se desarrollen. El ciudadano deseable es el que se busca formar y está orientado hacia la justicia juzga críticamente las necesidades sociales y lucha por su transformación

Participar es “tomar parte” de una organización que reúne a más de una persona, es compartir algo importante con otras personas, es un acto social, nadie puede participar de manera individual y para sí mismo. Quien no cree en la participación le da el voto de confianza a quienes toman las decisiones y actúan en su nombre, la verdadera participación es la que se da voluntariamente a favor de una acción colectiva y es el producto de una decisión libre y personal. La participación ciudadana da la capacidad de reconocer y respetar los derechos de los demás, participar en el debate público y en el proceso de toma de decisiones, evaluar el desempeño de quienes ocupan los cargos públicos y de imponer costos políticos cuando se amerite.

La participación ciudadana se clasifica en:

- Nivel local o de base: es el espacio inmediato del ciudadano como su casa o su barrio.
- Nivel municipal: es el espacio geográfico político que se habita y corresponde al municipio.
- Nivel estatal: es el conjunto de municipios.
- Nivel nacional: Es la totalidad del país.
- Nivel Supranacional: Se refiere a la comunidad internacional.

Los tipos de participación ciudadana son:

- Participación privada: Se realiza a nivel personal y se refiere al cumplimiento de obligaciones tales como el pago de impuestos y el respeto a las leyes.
- Participación social: El fin de esta participación es mejorar las condiciones de vida de una determinada colectividad como un sindicato, junta de vecinos, etc.
- Participación política: Se busca influir en las decisiones gubernamentales, es la actividad de los ciudadanos que influyen en la estructura del gobierno, en la selección de autoridades o en políticas gubernamentales.

Una verdadera democracia no existe sin el auxilio de la forma más elemental de la participación ciudadana “el voto del pueblo”.

- a) Voto.-** Es el medio por el cual el pueblo elige a sus representantes de manera libre y secreta, el voto expresa sus opiniones y deseos políticos, es uno de los derechos primordiales en el ámbito de la política, con éste el pueblo expresa sus preferencias políticas y obtiene consecuencias directas de ello. Es un derecho que todos los ciudadanos mexicanos mayores de 18 años pueden ejercer.
- b) El plebiscito.-** Es la consulta que se hace a los ciudadanos para que expresen su aprobación o rechazo previo a los actos de sus representantes sobre asuntos que se consideren trascendentales para la vida pública del Distrito Federal. *“Sirve para que los ciudadanos decidan entre aceptar o rechazar una propuesta que concierne*

*a la soberanía y la iniciativa popular, procedimiento mediante el cual los ciudadanos aceptan o rechazan una propuesta emanada del mismo pueblo”*³³

El plebiscito se realiza por medio de un breve cuestionario que ha de ser respondido con opciones evidentes y excluyentes, por lo que la formulación de las preguntas debe ser precisa y clara para lograr el objetivo de obtener un resultado certero sobre la opinión de los ciudadanos.

- c) Referéndum.-** Es un mecanismo de participación directa para que la ciudadanía manifieste su opinión, permite que los ciudadanos elijan entre dos grandes opciones sí o no, aprobar o rechazar un acto legislativo de la Asamblea del Distrito Federal. El art. 23 de la Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, señala que su objetivo solamente puede referirse a actos relativos a la creación, modificación, derogación o abrogación de leyes de la competencia de la Asamblea Legislativa.
- d) Iniciativa popular.-** Es un medio de participación que hace posible que los ciudadanos presenten proyectos de creación, reforma, derogación o abrogación de leyes o decretos competentes de la Asamblea Legislativa. Esta iniciativa está amparada en la constitución y permite a los ciudadanos presentar peticiones avaladas con firmas para que el asunto público que solicitan se tome a consideración política.
- e) Consulta Ciudadana.-** Es la opinión o parecer que, por escrito o de palabra que se le pide a los ciudadanos, acerca de un asunto en particular. La opinión siempre es requerida por un órgano de gobierno por lo que los temas a consultar se encuentran vinculados al ejercicio de las funciones públicas y que son de interés para la población. La consulta ciudadana tiene como objetivo que la ciudadanía manifieste su parecer sobre temas importantes que acontecen en el país con la posibilidad de que su opinión sea considerada por las autoridades y se lleven a cabo acciones.
- f) Colaboración ciudadana.-** Permite a los habitantes del Distrito Federal colaborar con las dependencias y delegaciones, en la ejecución de una obra o la prestación

³³ Jean-Francois Prud' Homme, *“Consulta popular y democracia directa”*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, No. 15 IFE, México, 2007. p 25

de un servicio público, colectivo o comunitario, aportando para su realización recursos económicos, materiales o trabajo personal.

- g)** Rendición de cuentas.- Los habitantes tienen derecho a recibir de sus autoridades locales informes generales y específicos acerca de sus gestión y evaluar la actuación de sus servidores públicos. Las autoridades locales del gobierno deben rendir al menos un informe anual para efecto de evaluación de los habitantes.
- h)** Difusión pública.- Se trata de fortalecer la democracia a través de la información por lo que se prevé la obligación de las autoridades elaborar un programa de difusión pública acerca de las acciones y funciones a su cargo. La Ley de Participación Ciudadana señala que el objetivo de la difusión de esta información no debe ser desviada con fines de promoción de imagen o de partidos políticos.
- i)** Audiencia pública.- Este instrumento de participación ciudadana sirve para que los habitantes puedan proponer a los titulares de las dependencias de la administración pública, adoptar determinados acuerdos o la realización de ciertos actos, hacer llegar propuestas o quejas relacionadas con la administración pública con un carácter de colaboración ya que permite evaluar el cumplimiento de los programas y actos del gobierno.
- j)** Asambleas Ciudadanas.- Es un instrumento de información, análisis, consulta, deliberación y decisión de los asuntos de carácter social, colectivo o comunitario de carácter permanente. En las Asambleas pueden participar niños y jóvenes con derecho a voz y no se debe impedir la participación de ningún vecino del lugar.

Cap. 2 El Instituto Federal Electoral y la organización del Proceso Electoral Federal 2008 – 2009 para la elección de Diputados Federales.

Después de haber abordado el fundamento teórico en el primer capítulo, a lo largo de este segundo capítulo se explicarán las principales etapas que conforman un proceso electoral federal así como los programas implementados por el IFE en materia de educación cívica y promoción de la participación ciudadana establecidos en el Plan Integral del Proceso Electoral Federal 2008-2009, (PIPEF)³⁴ en donde se indica que el IFE tuvo como principales retos reforzar la confianza y credibilidad institucional, así como materializar por completo las nuevas disposiciones constitucionales y legales derivadas de la reforma electoral que fue aprobada el 4 de octubre de 2007 y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de enero de 2008.

El proceso electoral de 2009 constituyó una oportunidad para la creación de todas las condiciones legales e institucionales para un nuevo tipo de competencia político electoral en que el IFE debió, entre otras cosas, de garantizar el acceso equitativo a radio y televisión a todos los partidos políticos, fortalecer el marco en el que contienden los partidos políticos, asegurar que ningún partido político ni persona, ya sea física o moral, pudiera comprar espacios en la radio y la televisión, fortalecer los sistemas de fiscalización y supervisión de los recursos de los partidos políticos, realizar una amplia labor de difusión y explicación social del contenido de la reforma constitucional y legal, procurar que la contienda electoral se desarrollara en la ejecución de la más amplia libertad y al mismo tiempo de respeto y civilidad entre los contendientes.

2.1 Principales Etapas

A raíz de la Reforma Electoral antes enunciada, el COFIPE establece en el Artículo 210 que el proceso electoral se inicia en octubre del año previo al de la elección y concluye con el dictamen y declaración de validez de la elección de Presidente de los Estados

³⁴ *Plan Integral del Proceso Electoral Federal 2008-2009*, PIPEF: Informe final de actividades http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Menu_Principal/?vgnextoid=2eb69ec2af7db110VgnVCM1000000c68000aRCRD Consultado: 3 de abril de 2012.

Unidos Mexicanos, el cual se da una vez que el TEPJF haya resuelto el último de los medios de impugnación que se hubieren interpuesto o cuando se tenga constancia de que no se presentó ninguno. Dicho lo anterior, el proceso electoral contiene las siguientes etapas:

2.1.1 Preparación de la elección

Esta etapa da “inicio con la primera sesión que el Consejo General del Instituto celebre durante la primera semana de octubre del año previo en que deban realizarse las elecciones federales ordinarias y concluye al iniciarse la jornada electoral”³⁵ (3 de octubre de 2008 al 5 de julio de 2009).

El PIPEF establece que la etapa de preparación de la elección deberá estar compuesta por los siguientes Procesos³⁶ y Subprogramas³⁷:

Etapas del Proceso Electoral Federal 2008 – 2009	Proceso	Subprograma
Preparación de la Elección	Ocupación de Cargos y Puestos del Servicio Profesional Electoral	Normatividad e Incorporación de Servidores Públicos
	Integración y Funcionamiento de Órganos Permanentes y Temporales	Control de Operación de Órganos Desconcentrados
	Supervisión de Órganos Temporales y Permanentes	Control de Operación de Órganos Desconcentrados
	Apoyo Administrativo al Proceso Electoral	Administración de Recursos Materiales y Servicios
	Observación Electoral	Política Internacional y Estudios Electorales. Enlace Informativo y Cooperación Técnica Internacional

³⁵ Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).

³⁶ Los procesos inscritos en cada una de las etapas de la organización de las elecciones de 2009 constituyen un conjunto de actividades que detallan el quehacer institucional desde octubre de 2008 a agosto de 2009. Cada proceso está compuesto por actos ordenados lógicamente y sistemáticamente para cumplir una organización comicial exitosa.

³⁷ Esta columna incluye la referencia programática – presupuestal, a través de la cual el IFE ordena sus recursos financieros y los vincula a unidades responsables. De esta manera, el PIPEF 2008 – 2009, no sólo constituye un instrumento de planeación institucional sino que armoniza elementos programáticos y presupuestales de cara al proceso electoral federal 2008 – 2009.

Etapas del Proceso Electoral Federal 2008 – 2009	Proceso	Subprograma
	Visitantes Extranjeros	Política Internacional y Estudios Electorales
	Acompañamiento Ciudadano	Coordinación, Vinculación, Información y Acervo y Apoyo Administrativo
	Campañas Institucionales	Difusión y Campañas Institucionales Análisis, Evaluación y Publicidad
	Sistemas, Servicios e Infraestructura Informática	Análisis, Desarrollo, Implantación y Capacitación en Sistemas y Servicios de Cómputo. Administración de la Infraestructura de la Red Nacional de Informática del Instituto (RedIFE)
	Registro de Coaliciones y Acuerdos de Participación	Partidos Políticos
	Registro de Plataformas	Partidos Políticos
	Registro de Candidatos	Partidos Políticos
	Financiamiento	Partidos Políticos
	Regulación de Encuestas, Sondeos de Opinión y Conteos Rápidos	Análisis, Evaluación y Publicidad
	Capacitación y Asistencia Electoral	Planeación de la Capacitación Electoral
	Registro de Representantes	Partidos Políticos
	Actividades Registrales, Lista Nominal de Exhibición y Definitiva	Operación en Campo Procesos Tecnológicos
	Documentación y Material Electoral	Estadística y Documentación Electoral
	Ubicación de Casillas	Control de Operación de Órganos Desconcentrados
	Acceso a Radio y Televisión	Radiodifusión
	Promoción de la Participación Electoral	Planeación de la Educación Cívica y la Participación Ciudadana

2.1.2 Jornada electoral

La etapa de la jornada electoral se inicia a las 8:00 horas del primer domingo de julio y concluye con la clausura de casilla (5 de julio de 2009).

Etapas del Proceso Electoral Federal 2008 – 2009	Proceso	Subprograma
Jornada Electoral	Información y Comunicación en la Jornada Electoral	Información
	Sistema de Información sobre el Desarrollo de la Jornada Electoral	Evaluación y Estudios para la Planeación

2.1.3 Resultados y declaraciones de validez de las elecciones

La etapa de resultados y de declaraciones de validez de las elecciones se inicia con la remisión de la documentación y expedientes electorales a los Consejos Distritales y concluye con los cómputos y declaraciones que realicen los Consejos del Instituto, o las resoluciones que, en su caso, emita en última instancia el TEPJF (9 de julio al 6 de septiembre de 2009).

Etapas del Proceso Electoral Federal 2008 – 2009	Proceso	Subprograma
Resultados y Declaraciones de Validez de las Elecciones	Programa de Resultados Electorales Preliminares	Dirección y Apoyo Administrativo
	Supervisión de Órganos Temporales y Permanentes	Control de Operación de Órganos Desconcentrados
	Estadística Electoral	Estadística y Documentación Electoral

2.1.4 Dictamen y declaraciones de validez de la elección

La etapa de dictamen y declaraciones de validez de la elección y de presidente electo de los Estados Unidos Mexicanos, se inicia al resolverse el último de los medios de impugnación que se hubiesen interpuesto en contra de esta elección o cuando se tenga constancia de que no se presentó ninguno y concluye cuando la Sala Superior del Tribunal Electoral apruebe el dictamen que contenga el cómputo final y las declaraciones de validez de la elección y de presidente electo.

Los periodos de precampaña, intercampaña, campaña, y veda electoral establecidos para este proceso electoral fueron los siguientes³⁸:

➤ Precampaña (40 días: del 31 de enero al 11 de marzo de 2009)

Por mandato constitucional y legal, los partidos políticos y sus precandidatos deben contar con las condiciones necesarias para realizar sus actos de precampaña, esto es, actividad proselitista, reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquellos actos en que los precandidatos se dirigen a los afiliados, simpatizantes o al electorado, con el propósito de obtener su respaldo para ser postulados a un cargo de elección popular.

➤ Intercampaña (52 días: del 12 de marzo al 3 de mayo de 2009)

Durante este periodo los partidos políticos dejan de aparecer en las pautas ordenadas por el IFE y el tiempo destinado en radio y televisión es sólo para las autoridades electorales.

➤ Campaña (59 días: del 3 de mayo al 1 de julio de 2009)

La campaña electoral se refiere a todas las actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto. Esto lo hacen a través de reuniones públicas, asambleas, etc. en donde dan a conocer su plataforma electoral.

³⁸ *Libro Blanco 2008 – 2009. Informe General sobre la Implementación de la Reforma Electoral durante el Proceso Electoral Federal 2008 – 2009. P 69.*

➤ Periodo de reflexión o veda electoral (4 días: del 2 al 5 de julio de 2009)

Como su nombre lo indica, este es un periodo de reflexión para los ciudadanos por lo que queda estrictamente prohibida la celebración y la difusión de reuniones o actos públicos de campaña, de propaganda o de proselitismo electorales, por cualquier medio, ya sea impreso o electrónico, incluyendo radio y televisión.

2.2 Programas implementados por el IFE en materia de educación cívica y promoción de la participación ciudadana

El IFE ejecutó diversos programas de educación cívica encaminados a incentivar la participación ciudadana de todas las edades, en algunos casos, principalmente mayores de 18 años. Entre otros programas, destacaron el Concurso Nacional de Música Una Rola por la Democracia, y el Modelo de Educación para la Participación Democrática, los cuales se describen a continuación.

Para promocionar el “Segundo concurso Nacional de Música Una Rola por la Democracia”³⁹ la DECEYEC lanzó una convocatoria pública con el objeto de invitar a todos los jóvenes que tuvieran entre 13 y 25 años de edad a concursar en este evento, el cual tuvo como finalidad que los jóvenes crearan e interpretaran una canción que reflejara la convivencia democrática en situaciones cotidianas con la familia, amigos y/o compañeros del salón de clase o trabajo. Este evento se realizó entre el 17 octubre y el 8 de diciembre de 2008.

Las categorías para inscribir la rola fueron Pop (Rock, techno dance, balada, crossover, dance, etc.); Rock Alternativo (Grunge, hip hop, rock clásico, punk, etc.); Regional (Tropical, ranchera, quebradita, corrido, jarabe, son, mariachi, grupera, banda, etc.); y Otros (Fusión, jazz, experimental, reggae, cumbia, salsa, canto nuevo, son cubano, etc.).

La letra de la canción, ya fuese en español o en lengua indígena, de acuerdo con el objetivo del evento, debió incluir uno o varios de los valores democráticos que tiene el IFE: Libertad, igualdad, tolerancia, respeto, honestidad, justicia y pluralidad.

En ese sentido, las canciones (pueden ser consultadas en el Micrositio del Segundo Concurso Nacional de Música Una Rola por La Democracia) que cumplieron con el

³⁹ Micrositio del 2° *Concurso Nacional Una Rola por la Democracia*, URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle_Concursos_y_Eventos/?vgnnextoid=650a2ac87291e110VgnVCM100000c68000aRCRD Consultado: 11 de mayo de 2012.

objetivo y resultaron seleccionadas por especialistas en la materia para ser ganadoras fueron las siguientes:

Canciones ganadoras	
Categoría: OTROS	Categoría: ROCK
<ul style="list-style-type: none"> • 1er Lugar: Ven y vota • 2do Lugar: Los 7 puntos 	<ul style="list-style-type: none"> • 1er Lugar: Mi sueño • 2do Lugar: Todos con la democracia
Categoría: POP	Categoría: REGIONAL
<ul style="list-style-type: none"> • 1er Lugar: Vale nuestra voz • 2do Lugar: Vive diferente 	<ul style="list-style-type: none"> • 1er Lugar: Vive libre • 2do Lugar: Practiquemos los valores

Nota: Es importante mencionar que el IFE otorgó a los primeros lugares de cada categoría la cantidad de \$30,000.00 y a los segundos lugares la cantidad de \$20,000.00. M.N.⁴⁰

Referente al modelo de educación cívica para población adulta denominado “Modelo de Educación para la Participación Democrática (MEPD)”,⁴¹ el cual fue desarrollado por la DECEYEC durante 2007 y fue la base para la planeación e implementación del Programa de Educación para la Participación Democrática 2008-2009, durante los meses de febrero, marzo y abril de 2008, por medio de un sistema de capacitación y acompañamiento a distancia, las juntas distritales ejecutivas (JDE) conocieron los contenidos del MEPD (diseñados por un grupo de diversos especialistas) e identificaron los contextos y los sujetos con los que llevarían a cabo la aplicación del taller, con el fin de realizar las adaptaciones necesarias de acuerdo con las condiciones locales específicas. De esta manera se diseñaron los 300 proyectos distritales que durante los meses de abril a octubre de 2008, las JDE llevaron a cabo la implementación en sus localidades.

⁴⁰ Cartel del 2° Concurso Nacional Una Rola por la Democracia,

URL: <http://www.ife.org.mx/documentos/DECEYEC/2doConcurso-UnaRolaXDemocracia/CARTELUNAROLA.pdf>

Consultado: 11 de mayo de 2012.

⁴¹ Instituto Federal Electoral, *Modelo de Educación para la Participación Democrática*, versión interactiva, México, 2009. La Dirección de Educación Cívica y Participación Ciudadana, perteneciente a la DECEYEC, concluyó la primera versión del MEPD en noviembre de 2007, la cual se presentó a un grupo de vocales distritales de Capacitación Electoral y Educación Cívica a principios del mes de diciembre de ese mismo año, con el propósito de validar sus contenidos.

La primera fase del Programa consistió en la instrumentación de 300 proyectos distritales focalizados en adaptaciones del MEPD en modalidad de taller educativo. Durante esta fase, los destinatarios directos de los proyectos distritales desarrollaron conocimientos, actitudes y habilidades necesarios para participar democráticamente en los asuntos públicos. La segunda fase (2009) consistió en la implementación de 300 proyectos focalizados de promoción de la participación electoral. Durante esta fase, la población objetivo de cada distrito electoral federal recibió información significativa, la cual buscaba sensibilizarla sobre la importancia de las elecciones federales, con la finalidad de favorecer su participación, principalmente como votantes y como funcionarios de mesas directivas de casilla.

Población objetivo:

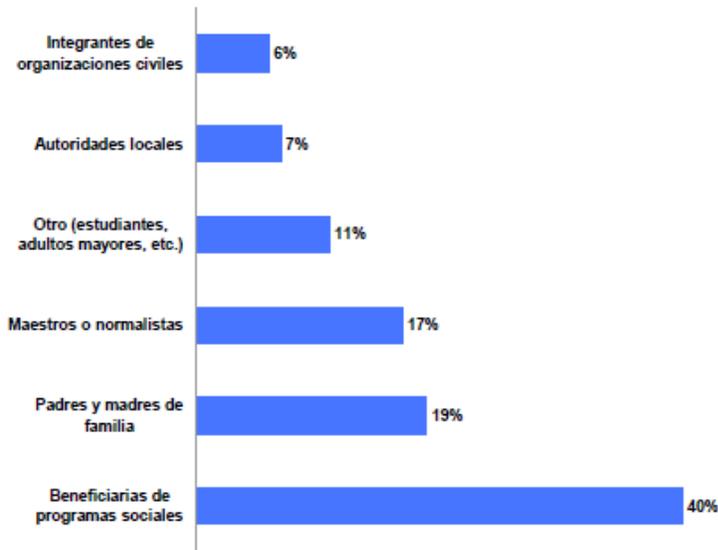
El Programa se orientó a atender fundamentalmente a población adulta de los municipios con mayor grado de marginación en cada distrito electoral y que pertenecían a alguno de los grupos de población que se especifican en el cuadro siguiente:

Grupo de población	Importancia estratégica
Beneficiarias de programas sociales. Principalmente jefas de familia.	Son la primera instancia de socialización para el futuro ciudadano, por ser transmisoras de conocimientos y valores en la familia. En especial, las jefas de familia, vocales o beneficiarias de un programa social tienen relevancia en sus comunidades.
Maestros de aula. Incluyendo a estudiantes normalistas.	La escuela es la segunda instancia de socialización de los ciudadanos, de manera que los maestros son transmisores de conocimientos y valores. Pero sobre todo, en localidades con alta marginación, los maestros son un referente para la comunidad.
Líderes e integrantes de Organizaciones Civiles. Sindicatos, Cooperativas y Organizaciones Gremiales.	Son actores sociales y políticos que reproducen al interior de sus organizaciones normas y comportamientos que influyen en las actitudes y comportamientos de la población adulta respecto a la política.
Autoridades locales. Comunes y Municipales.	Son los actores políticos formales con los cuales el ciudadano tiene el mayor contacto, de manera que sus actitudes, comportamientos y respuestas ante las demandas ciudadanas constituyen un factor muy poderoso cuando los ciudadanos adultos entran en contacto con la política.
Padres y madres de familia.	Son la primera instancia de socialización para el futuro ciudadano, por ser transmisores de conocimientos y valores en la familia.

Jóvenes. Principalmente alumnos de educación superior.	Son actores sociales y políticos que representan un sector muy importante de la población, y cuentan con un alto potencial para convertirse en agentes de transformación social y política.
--	---

Las JDE registraron la participación de 10,465 personas en los talleres distritales, de las cuales casi 80% fueron mujeres. En la siguiente gráfica se puede observar que cuatro de cada diez talleres atendieron a beneficiarias de programas sociales.

Grupos de población estratégicos que participaron en los talleres distritales

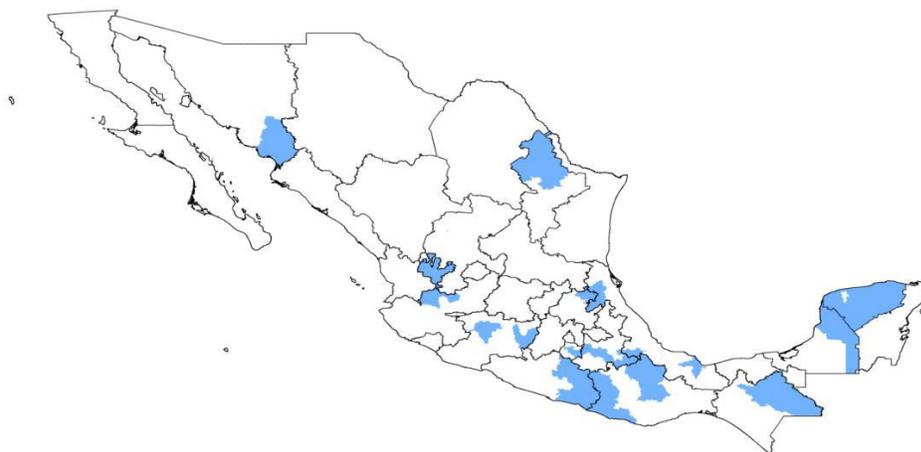


Atención a grupos de población estratégica en las juntas distritales ejecutivas



Cabe hacer notar que 29 JDE trabajaron con grupos integrados mayoritariamente por población indígena y en la mayoría de los casos adaptaron las técnicas y materiales del taller a las características culturales de dichas comunidades.

Entidades en donde las Juntas distritales ejecutivas atendieron a población indígena.



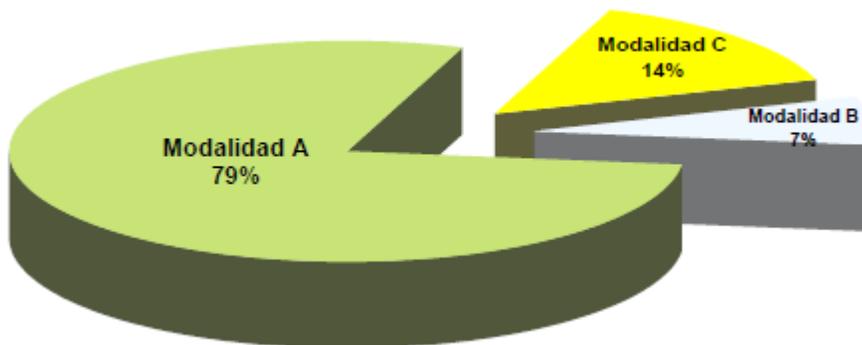
Modalidades de impartición

El Programa 2008-2009 estableció tres modalidades para llevar a cabo los talleres distritales:

- La modalidad A, consistió en impartir los tres módulos del taller (12 sesiones) al mismo grupo de personas;
- La modalidad B, impartir el taller a dos grupos diferentes, dos módulos (8 sesiones) a cada uno; y,
- La modalidad C, impartir el taller a tres grupos diferentes, un módulo (4 sesiones) a cada uno.

La opción preferible y/o recomendable fue la modalidad A, pues garantizaba la secuencia completa del proceso educativo, pero su aplicación en algunas juntas distritales ejecutivas era difícil o inviable. Finalmente estos casos resultaron ser pocos, pues prácticamente 8 de cada 10 JDE impartieron el taller en la modalidad A.

Modalidades de impartición aplicadas en las juntas distritales ejecutivas



Colaboración de otras organizaciones

En poco más de 85% de las JDE se contó con el apoyo de alguna organización. La mayoría de ellas (63%) fueron instituciones públicas o de gobierno. En segundo lugar, aunque con una amplia diferencia, colaboraron instituciones educativas (29%). El resto de la participación de otras instituciones fue de 7% para organizaciones sociales y 1% para empresas.

Dentro de los principales tipos de apoyos que se obtuvieron se encuentran los relacionados con la difusión o espacios en medios de comunicación, espacios físicos, personal de apoyo y donación o impresión de materiales didácticos.

Para conocer los resultados de los talleres implementados se solicitó a los Vocales Distritales de Capacitación Electoral y Educación Cívica (VDCEYEC) de 25 Juntas Distritales Ejecutivas pertenecientes a 19 entidades federativas (se les denominó grupo

piloto), la aplicación de cuestionarios de evaluación del cambio de percepciones de los participantes.

Respecto a lo que se aprendió en los talleres, los grupos mencionaron con mayor frecuencia dos temas: I) exigir el respeto de los derechos (20%); y II) las características de las elecciones democráticas (18%). Aunque con una frecuencia menor, también destacaron los temas sobre la importancia de la participación (11%) y los valores democráticos (10%).

Cap. 3 La difusión de la Campaña Institucional Nuestra Democracia Crece / Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana realizada por el Instituto Federal Electoral a través de medios alternativos.

Como ya se mencionó en el capítulo anterior, el IFE implementó programas en materia de educación cívica y promoción de la participación ciudadana con el objeto de concientizar a la población a participar activamente en las actividades democráticas del país. Por lo que a lo largo de este capítulo conoceremos las actividades implementadas para dar difusión a dichos programas, tales como el 2° Concurso Nacional de Música Una Rola por la Democracia, la implementación del Modelo de Educación para la Participación Democrática a través de talleres, así como la Planeación, elaboración y ejecución de la Campaña Institucional “Nuestra Democracia Crece” a través de medios alternativos.

3.1. Difusión de los programas de educación cívica y promoción de la participación ciudadana en medios alternativos

De acuerdo a la difusión del “2° Concurso Nacional de Música Una Rola por la Democracia” la cual tuvo como objetivo principal que los jóvenes crearan e interpretaran una canción que reflejara la convivencia democrática en situaciones cotidianas con la familia, amigos y/o compañeros de clase o trabajo. Para promover dicho evento, la DECEYEC diseñó e imprimió 15,000 carteles y 170,000 volantes que fueron colocados y distribuidos en todas las Juntas Ejecutivas Locales y Distritales, así como en todos los módulos de atención ciudadana del país. Asimismo, se dio difusión al evento a través de la página de internet y se emitieron dos spots denominados “*Lanzamiento*” y “*Prorroga*”, para que fueran difundidos en todas las estaciones de radio a nivel nacional. Éstos también se transmitieron en todos los conmutadores del IFE.

Cabe señalar que por ser este un evento, en cierta forma para un público especializado, la difusión se realizó también al interior de escuelas de música y canto. Adicionalmente se concertaron entrevistas y menciones en radiodifusoras y televisoras locales.

Al final se recibieron 629 canciones de todo el país y los resultados de los ganadores se dieron a conocer a través de la página de internet del IFE y mediante inserciones en los principales periódicos de circulación nacional como El Universal, La Jornada y en el Suplemento “Enfoque”⁴² de Reforma.

Con respecto a la impartición de los 300 talleres educativos⁴³ con población adulta que tuvieron como intención principal contribuir a desarrollar competencias ciudadanas, en donde los participantes elaboraron diversos materiales (carteles, trípticos, cuentos, periódicos murales, cápsulas de audio, etc.) con el propósito de comunicar lo aprendido y motivar a personas con características semejantes a las suyas a participar democráticamente en los asuntos públicos. Esas propuestas, mensajes y contenidos, derivados de la experiencia compartida, constituyeron el insumo básico para generar una campaña educativa nacional intensiva y de amplia cobertura, compuesta por 300 proyectos distritales de promoción de la participación electoral que las JDE diseñaron entre noviembre y diciembre de 2008.

Los Proyectos distritales pueden definirse como acciones educativas (fueron producto de un proceso educativo previo), focalizadas (estuvieron dirigidas a grupos específicos y difundieron mensajes que recuperaban elementos de la cultura local) que hicieron uso de medios de difusión alternativos (aprovechando los espacios públicos y los hábitos de comunicación regionales) y que se complementaron con la campaña de difusión nacional del IFE. Cabe señalar que en todo momento se cuidó que dichos materiales contuvieran los Principios Rectores (Certeza, Legalidad, Independencia, Imparcialidad y Objetividad) del Instituto y la aplicación de la imagen institucional incluida en el Manual de Aplicaciones Gráficas del IFE.

Durante el primer semestre de 2009 y como parte de la preparación de la jornada electoral federal, las JDE difundieron los materiales elaborados. No obstante, el contenido

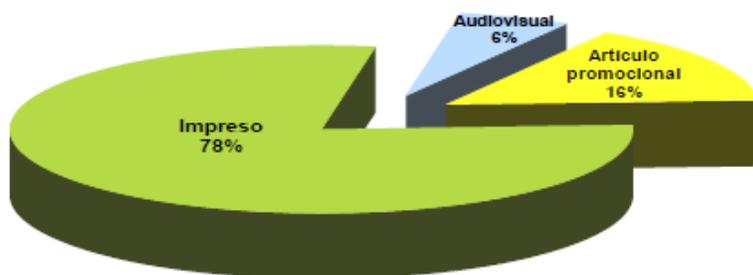
⁴² Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, IFE. *Informe Anual 2008*. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle_Informes_por_disposicion_legal/?vgnextoid=a21c0749272e6210VgnVCM1000000c68000aRCRD Consultado: 17 de mayo de 2012.

⁴³ Respuesta en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública por parte de la Unidad de Enlace del IFE. Oficio No. UE/AS/285/12 de fecha 17 de enero de 2012.

de los proyectos no se limitó sólo a la promoción del voto o de la participación electoral, sino que se abordaron temáticas tales como los derechos humanos y la participación ciudadana en distintos ámbitos de la vida comunitaria, que permiten que el ejercicio del voto cubra un verdadero sentido en un sistema democrático.



Los productos de aprendizaje realizados durante los talleres, mismos que posteriormente fueron transformados en materiales de difusión, fueron elaborados en distintos formatos: gráficos, de audio, video, así como artículos promocionales. La mayoría de las JDE utilizaron medios y/o materiales impresos, como puede observarse en la siguiente gráfica:



3.2 Planeación, elaboración y ejecución de la Campaña Institucional en medios alternativos durante el periodo de las Campañas Electorales

Como se indicó al inicio de este trabajo, la DECEYEC elaboró una estrategia de difusión que tuvo como objetivo principal promover entre la población de todo el país la Promoción de la Participación Ciudadana. Esta estrategia fue desarrollada para que su difusión fuera principalmente durante el periodo de las campañas electorales ya que precisamente durante este lapso el IFE casi no dispone de tiempo en medios electrónicos para difundir sus mensajes institucionales ya que de los 48 minutos de tiempos oficiales en radio y televisión, 41 se encuentran a disposición de los partidos políticos y los 7 minutos restantes son divididos entre el IFE y las demás autoridades electorales.

Es por esto que se implementó esta estrategia de difusión la cual consideró una fuerte presencia de los mensajes del IFE en medios alternativos, tomando en cuenta la unificación y adaptación de criterios con los mensajes transmitidos en radio y televisión con el objeto de lograr una mayor recordación entre la población, además de que se pudiera abarcar a todos los estratos socioeconómicos.

Los mensajes transmitidos a lo largo del proceso electoral en radio y televisión⁴⁴ fueron los siguientes:

Spots difundidos durante el Proceso Electoral Federal 2008 – 2009				
No.	Versión	Tema	Objetivo	Medio
1	Convocatoria CAES	CAES (Capacitadores Asistentes y Supervisores Electorales)	Convocar a la ciudadanía a participar como Capacitadores Asistentes y Supervisores Electorales	Radio
2	Ya es la hora	Ejercicio Infantil y Juvenil	Promover ejercicios cívicos para la población infantil y juvenil	TV y Radio
3	Participación mujeres	Programa de participación política para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres	Promover la igualdad de oportunidades y derechos político electorales entre mujeres y hombres	TV y Radio

⁴⁴ Respuesta en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública por parte de la Unidad de Enlace del IFE. Oficio No. UE/AS/0865/11 de fecha 8 de marzo de 2011.

Spots difundidos durante el Proceso Electoral Federal 2008 – 2009

No.	Versión	Tema	Objetivo	Medio
4	Confesión	Delitos electorales	Informar a los sectores más vulnerables de la población sobre los delitos electorales de los que pueden ser objeto al emitir su voto	TV y Radio
5	Abstencionismo	Voto informado y razonado	Exhortar a la ciudadanía a que se informe y razone su voto	TV y Radio
6	Apatía jóvenes	Voto informado y razonado	Exhortar a la ciudadanía a que se informe y razone su voto	TV y Radio
7	Mi voto si es secreto	Voto informado y razonado	Exhortar a la ciudadanía a que se informe y razone su voto	TV y Radio
8	Democracia en la vida cotidiana	Voto informado y razonado	Exhortar a la ciudadanía a que se informe y razone su voto	TV y Radio
9	Piénsale	Voto informado y razonado	Exhortar a la ciudadanía a que se informe y razone su voto	TV y Radio
10	Piénsale 2	Voto informado y razonado	Exhortar a la ciudadanía a que se informe y razone su voto	TV y Radio
11	En marcha	Institucional	Informar sobre las acciones específicas que se llevan a cabo para el óptimo desarrollo del proceso electoral	TV y Radio
12	Indeciso	Ciudadanos sorteados	Exhortar a los ciudadanos que resultaron sorteados para que reciban a los capacitadores asistentes electorales	TV y Radio
13	Indeciso 2	Capacitación y simulacro	Convocar a los ciudadanos a capacitarse para integrar las mesas directivas de casilla el día de la jornada electoral y exhortarlos a participar en el simulacro que se llevará a cabo	TV y Radio
14	Indeciso 3	Ve el día	Reiterar a los ciudadanos que fungirá, como funcionarios de casilla que se presenten el día de la jornada electoral a cumplir con su obligación ciudadana	TV y Radio
15	Yo quiero ver	Observadores electorales	Se invita a la ciudadanía que cumpla con los requisitos necesarios a participar como observadores durante el proceso electoral	TV y Radio
16	Canasta básica	Voto libre y secreto	Informar a los sectores más vulnerables de la población sobre los delitos electorales de los que pueden ser objeto al emitir su voto	TV y Radio
17	No votes	Llamado a votar	Reiterar de manera contundente el ejercicio del voto, entendido este como un derecho ciudadano y una obligación constitucional que requiere ser cumplida	TV y Radio

Spots difundidos durante el Proceso Electoral Federal 2008 – 2009

No.	Versión	Tema	Objetivo	Medio
18	Debates / Debates 2	Promoción de Debates	Invita a la ciudadanía a presenciar los debates de propuestas entre los distintos partidos políticos a fin de conocerlas y razonar su voto	Radio
19	Monitoreo	Monitoreo	Informa a la ciudadanía sobre el monitoreo y análisis de contenidos de los programas de radio y televisión que difunden noticias sobre las campañas electorales federales	Radio
20	Vamos a votar	Llamado a votar	Reiterar de manera contundente el ejercicio del voto, entendido este como un derecho ciudadano y una obligación constitucional que requiere ser cumplida	TV y Radio
21	Nosotros sí vamos	Llamado a votar	Reiterar de manera contundente el ejercicio del voto, entendido este como un derecho ciudadano y una obligación constitucional que requiere ser cumplida	TV y Radio
22	Despierta	Como votar	Informar a la ciudadanía sobre el proceso para emitir su voto	TV y Radio
23	Contar votos	Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP) / Cómputo Distrital	Informar a la ciudadanía en qué consiste el PREP y el Cómputo Distrital	TV y Radio
24	A todos	Agradecimientos	Agradecer a la ciudadanía su participación en el proceso electoral	TV y Radio

3.2.1 Medios alternativos utilizados: impacto, alcance y penetración

Con base en estos mensajes emitidos y tomando en consideración que estadísticamente en las elecciones intermedias el porcentaje de abstención es muy elevado, fue prioritario reiterar de manera contundente la importancia del ejercicio del voto, entendido éste como un derecho ciudadano y una obligación constitucional que requiere ser cumplida por lo que se presentó a la Comisión de Capacitación y Organización Electoral del IFE la estrategia de difusión en medios alternativos, la cual fue aprobada el 16 de diciembre de 2008 y tuvo como objetivo principal llegar de manera focalizada a diversos segmentos de la población como refuerzo de la difusión que se realizó en radio y televisión.

Se consideró la utilización de estos medios para complementar la estrategia implementada en los medios electrónicos (radio y televisión), ya que tienen entre otras ventajas, una gran accesibilidad, un mayor alcance, frecuencia, menor costo, ubicación y mayor impacto.

Cabe señalar que la utilización de estos medios por parte del IFE no fue una novedad ya que durante los procesos electorales intermedios de 1997 y 2003 se llevó a cabo la producción de volantes, dípticos, trípticos, carteleras espectaculares, parabuses, buzones, mantas, pendones y en el metro de la ciudad de México, pero con una cantidad y una cobertura geográfica muy limitada por lo que el impacto en la ciudadanía fue bueno, sin embargo, no el más deseado. Por tal razón, para el proceso electoral de 2009 se buscaron medios más duraderos para que el mensaje estuviera presente entre la población de manera constante y que formara parte de su entorno para que fuera visto innumerables veces logrando con esto mayor recordación.

Para el proceso electoral de 2009 se buscaron más alternativas de medios que ayudaran a que el ciudadano tuviera el mensaje presente en su entorno de manera cotidiana, por ejemplo el estar presente en los trayectos de la casa al centro de trabajo, escuela, etc., es visto innumerables veces por lo que se logra con esto mayor recordación del mensaje difundido. Esta variación significativa de medios consideró la ampliación de la cobertura,

la cantidad de los espacios publicitarios contratados y el tiempo de exposición al mensaje.

Asimismo, nunca antes se había programado al mismo tiempo presencia en todas las entidades federativas con diferentes medios y a diferente población objetivo, este hecho se logró por diferentes factores tales como nuevos medios contratados, incremento en el número de espacios contratados, tiempo de exposición del mensaje, así como la radicación de recursos a las Juntas Locales para la coordinación de esfuerzos conjuntos de difusión de un mismo mensaje.

La selección de los medios alternativos contratados para la difusión de los mensajes se llevó a cabo con base en:

- La cobertura (medios que llegaran a entidades de toda la República Mexicana)
- Alcance (abarcar a toda la población, desde municipios con alto grado de marginación D/E, hasta población con nivel socioeconómico A/B)⁴⁵
- Eficiencia comprobada con anterioridad (en base a los estudios elaborados por la empresa IPSOS en 2007 y 2008)⁴⁶
- Innovación del medio (medios novedosos, nunca antes empleados con alcance a cierto sector poblacional)
- Mayor número de impactos (medios con espacios publicitarios ubicados en lugares con afluencia peatonal y vehicular significativa).
- Costo (medios que ofrecieran mayor cobertura a bajo costo)

Un año antes del proceso electoral en comento (2007 – 2008)⁴⁷, el IFE lanzó una campaña a través de estos medios para promover las campañas de Credencial 03 y el Programa de Participación Política en Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y

⁴⁵ Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI), *Medición de Nivel Socioeconómico*. Febrero 2008.

⁴⁶ Estudios Cualitativos y Cuantitativos de las campañas institucionales. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Evaluacion_cuantitativa_de_campanas_institucionales/?jsessionid=FnW2JTyJd99TGs10QCqwGgBVvSSb9StyWclSCMpYy4sLJWHYlyTR!-685843552!NONE Consultado: 21 de febrero de 2012.

⁴⁷ Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, IFE. *Informe Anual de Actividades Enero – Diciembre de 2008* de la. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Informes_por_disposicion_legal/ Consultado: 7 de marzo de 2012.

Hombres, siendo utilizadas marquesinas y tortipáneos en tortillerías, dovelas en el tren suburbano y el metro de la Ciudad de México, los cuales fueron evaluados cuantitativamente por la agencia IPSOS en diciembre de 2007 con buenos resultados ya que se logró una recordación de los medios del 64% en el metro de la ciudad de México, del 72% en el metro de Monterrey (Metrorrey) y 69% en tortillerías.

Se consideraron y evaluaron diversas propuestas de medios tales como aeropuertos, cines, autobuses foráneos, terminales de autobuses, supermercados, buzones, parabuses, etc. y se decidió por los que a continuación se mencionan⁴⁸ de acuerdo a las evaluaciones de los ya usados y con base a cobertura, impacto y costo:

- Tortillerías
- Sistema de Transporte Colectivo Metro de la Ciudad de México
- Sistema de Tren Eléctrico Urbano en Guadalajara
- Sistema de Transporte Colectivo de Monterrey (Metrorrey)
- Tren Suburbano
- Internet (banners en algunos de los portales más visitados de internet)
- Corredor Metrobús Insurgentes
- Pantallas Electrónicas
- Autobuses Urbanos
- Cartelera Espectaculares
- Revistas y periódicos
- Espectáculos lúdicos

A continuación se detallará por cada medio la información inherente al número de espacios contratados, grados de marginación, porcentajes de participación ciudadana, selección de entidades y municipios de acuerdo con cruces de información de bases de datos tales como los Índices de Marginación de CONAPO, el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI, número de personas inscritas en la Lista Nominal y porcentaje de abstención en el proceso electoral federal de 2003 (por ser este el proceso electoral intermedio inmediato anterior).

⁴⁸ Respuesta en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública por parte de la Unidad de Enlace del IFE. Oficio No. UE/AS/3124/11 de fecha 17 de noviembre de 2011.

Tortillerías:

Con objeto de poder exhortar a la ciudadanía de los municipios con mayor número de población marginada (estratos socioeconómicos D y E) a que acudiera el día de la jornada electoral a emitir su voto de manera informada y razonada, se contrató a la empresa Comunicación en Medios Exteriores, S.A. DE C.V. (MEXCOM) para llevar a cabo publicidad exterior en las tortillerías de los municipios que se encuentran en esta situación.

A pesar de que anteriormente en ningún proceso electoral federal se había difundido la Campaña Institucional a través de este medio, la DECEYEC ya tenía el conocimiento de la efectividad de este medio ya que de acuerdo con la evaluación cuantitativa (Post Test) realizada por la empresa IPSOS a la difusión realizada del Programa de Participación Política en Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, también difundido por el IFE, tuvo el 69% de recordación en las encuestas realizadas en los estados de Chiapas, Chihuahua, Estado de México, Guerrero, Michoacán, Puebla y Veracruz⁴⁹.

Los criterios para la selección de los municipios en los cuales se contrataron espacios de difusión para la promoción de la participación ciudadana en este medio fueron con base en el mayor número de habitantes y con grado de marginación medio, alto y muy alto, de acuerdo en los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI. Asimismo se tomo en cuenta el mayor número de personas inscritas en la lista nominal y mayor porcentaje de abstención en el proceso electoral federal de 2003. Bajo este criterio fueron seleccionados 108 municipios de 29 entidades federativas.

El periodo de difusión fue de 2 meses, a partir del 1° de mayo y hasta el 30 de junio de 2009. Se colocaron dos anuncios en cada local expendedor de tortillas, uno con la versión “Piénsale” (una marquesina de 2.90 x 1.10 m.) y otro con la versión “Canasta Básica” (tortipánel de 0.70 x 1.22 m). En total fueron 2,150 anuncios exteriores colocados en 1, 075 tortillerías.

⁴⁹ Idem.

Chiapas – Tapachula



Calle Principal S/N, Col. Hermosa Providencia

Guerrero – Tlapa de Comonfort



Lázaro Cárdenas No. 68 Esq. Libertad, Col. 5 de Mayo.

Querétaro – Amealco de Bonfil



5 de Febrero Esq. Reforma, Col. Centro

San Luis Potosí – Tamazunchale



Carr. Nacional Francisco I. Madero casi Esq. Josefa Ortiz, Col. Centro Matlapa

La afluencia diaria aproximada por cada establecimiento expendedor de tortillas es de 375 consumidores. En tal virtud existe una afluencia diaria aproximada de 403,125 visitantes en todos los establecimientos. Con base en lo anterior, la difusión de la Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana a través de este medio, tiene un impacto aproximado por los 2 meses de exhibición de 24,590,625 consumidores de tortillas más el tránsito peatonal y vehicular.

A continuación se presenta el listado de los municipios y el número de espacios contratados en cada uno.

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Municipios seleccionados con base en el mayor % de abstencionismo en el PEF de 2003		No. de espacios contratados para el PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	% Abstención	No. de Tortillerías
1	Aguascalientes	Asientos	Medio	40 547	22,884	62.25	10
2	Aguascalientes	El Llano	Medio	17 115	9,533	53.93	5
3	Campeche	Champotón	Medio	76 116	46,798	36	15
4	Campeche	Escárcega	Medio	50 106	29,033	44.95	10
5	Chiapas	Tapachula	Medio	282 420	159,301	67.07	20
6	Chiapas	Ocosingo	Muy alto	170 280	92,163	73.61	20
7	Chiapas	San Cristóbal de las Casas	Medio	166 460	81,950	68.31	20
8	Chiapas	Comitán de Domínguez	Medio	121 263	64,036	71.18	20
9	Chiapas	Las Margaritas	Muy alto	98 374	50,707	55.38	15
10	Chiapas	Palenque	Alto	97 991	51,663	71.01	15
11	Chiapas	Chilón	Muy alto	95 907	43,056	63.22	10
12	Chihuahua	Guadalupe y Calvo	Muy alto	51 854	22,555	71.37	10
13	Coahuila	Viesca	Medio	19 328	12,531	55.77	5
14	Coahuila	General Cepeda	Medio	11 284	7,611	66.43	5
15	Colima	Minatitlán	Medio	7 478	5,377	37.64	2
16	Colima	Ixtlahuacán	Medio	4 759	4,376	30.48	2
17	Durango	Pueblo Nuevo	Alto	47 104	23,527	65.72	10
18	Durango	Cuencamé	Medio	31 616	21,233	71.43	5
19	Estado de México	Ixtlahuaca	Medio	126 505	68,745	60.6	10
20	Estado de México	Almoloya de Juárez	Medio	126 163	61,013	65.39	10
21	Estado de México	San Felipe del Progreso	Alto	100 201	51,120	66.94	10
22	Estado de México	San José del Rincón	Alto	79 945	33,977	66.43	10
23	Estado de México	Villa Victoria	Alto	77 819	35,089	61.03	10
24	Estado de México	Temoaya	Alto	77 714	36,450	70.07	5
25	Estado de México	Jilotepec	Medio	71 624	39,768	56.02	5
26	Estado de México	Otzolotepec	Medio	67 611	32,497	69.22	10
27	Guanajuato	San Miguel de Allende	Medio	139 297	82,048	46.37	15
28	Guanajuato	Pénjamo	Medio	138 157	100,203	57.95	15

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Municipios seleccionados con base en el mayor % de abstencionismo en el PEF de 2003		No. de espacios contratados para el PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	% Abstención	No. de Tortillerías
29	Guanajuato	Dolores Hidalgo Cuna de la Independencia Nacional	Medio	134 641	77,586	50.84	10
30	Guanajuato	San Felipe	Alto	95 896	55,607	50.58	10
31	Guerrero	Chilapa de Álvarez	Muy alto	105 146	63,258	61.91	20
32	Guerrero	Taxco de Alarcón	Medio	98 854	64,598	61.44	10
33	Guerrero	Coyuca de Benítez	Alto	69 064	42,534	69.16	10
34	Guerrero	Tlapa de Comonfort	Alto	65 763	34,132	69.6	10
35	Guerrero	Atoyac de Álvarez	Alto	58 452	36,759	65.19	10
36	Guerrero	Técpan de Galeana	Alto	57 848	38,743	68.46	10
37	Guerrero	Ayutla de los Libres	Muy alto	55 974	26,675	67.14	10
38	Guerrero	Ometepec	Alto	55 283	29,397	53.08	10
39	Guerrero	Teloloapan	Alto	51 659	34,179	66.66	10
40	Guerrero	San Marcos	Alto	44 959	27,579	72.7	10
41	Guerrero	Petatlán	Alto	44 485	27,880	69.36	10
42	Guerrero	Tecoanapa	Alto	42 619	21,845	69.67	5
43	Guerrero	Coyuca de Catalán	Alto	41 975	29,420	65.71	5
44	Guerrero	San Luis Acatlán	Muy alto	41 884	18,012	75.04	5
45	Guerrero	Eduardo Neri	Alto	40 328	23,091	61.6	5
46	Hidalgo	Huejutla de Reyes	Alto	115 786	61,228	53.9	20
47	Hidalgo	Cuatepec de Hinojosa	Medio	45 527	29,801	65.88	10
48	Jalisco	Ayotlán	Medio	35 150	22,155	39.64	5
49	Jalisco	Tomatlán	Medio	31 798	20,263	45.55	5
50	Michoacán	Zitácuaro	Medio	136 491	87,670	59.37	20
51	Michoacán	CD Hidalgo	Medio	110 311	69,523	62.69	20
52	Michoacán	Maravatío	Medio	70 170	43,682	66.59	10
53	Michoacán	Puruándiro	Medio	64 590	51,149	65.77	10
54	Michoacán	Tacámbaro	Medio	59 920	38,597	60.43	10
55	Michoacán	Tarímbaro	Medio	51 479	23,707	72.67	10
56	Michoacán	Zinapécuaro	Medio	44 122	33,847	68.92	5
57	Michoacán	Huetamo	Alto	41 239	29,094	68.69	5
58	Morelos	Axochiapan	Medio	30 576	20,430	50.82	5
59	Morelos	Tepalcingo	Medio	23 209	16,371	48.16	5
60	Nayarit	Santiago Ixcuintla	Medio	84 314	67,139	66.86	20
61	Nayarit	Rosamorada	Medio	32 217	23,491	57.88	5
62	Nuevo León	Galeana	Medio	38 930	24,910	41.85	5
63	Nuevo León	Dr. Arroyo	Alto	33 269	21,536	47.14	5
64	Oaxaca	Juchitán de Zaragoza	Medio	85 869	52,559	62.95	20
65	Oaxaca	Santo Domingo Tehuantepec	Medio	57 163	35,411	59.82	10
66	Oaxaca	Santiago Pinotepa Nacional	Alto	44 441	25,981	61.87	6

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Municipios seleccionados con base en el mayor % de abstencionismo en el PEF de 2003		No. de espacios contratados para el PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	% Abstención	No. de Tortillerías
67	Oaxaca	Acatlán de Pérez Figueroa	Alto	42 347	27,124	61.12	5
68	Oaxaca	Villa de Tututepec de Melchor Ocampo	Alto	40 767	24,717	59.26	5
69	Oaxaca	Loma Bonita	Medio	39 166	24,687	69.43	5
70	Oaxaca	San Pedro Pochutla	Alto	38 798	21,534	60.54	5
71	Oaxaca	Matías Romero Avendaño	Medio	38 421	24,546	69.41	5
72	Oaxaca	San Miguel Soyaltepec	Alto	34 842	19,551	43.09	5
73	Oaxaca	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	Medio	34 587	18,822	62.11	5
74	Oaxaca	San Pedro Mixtepec	Medio	33 682	19,779	47.73	5
75	Oaxaca	Santiago Juchtlahuaca	Alto	33 401	16,425	60.67	5
76	Oaxaca	Santa María Huatulco	Medio	33 194	16,853	65.82	5
77	Oaxaca	Miahuatlán de Porfirio Díaz	Alto	32 185	21,691	66.23	5
78	Oaxaca	Huautla de Jiménez	Muy alto	31 829	17,555	53	5
79	Puebla	Huachinango	Medio	90 846	50,721	60.79	20
80	Puebla	Xicotepetec	Medio	71 454	38,415	60.76	10
81	Puebla	Zacatlán	Medio	69 833	39,521	65.24	10
82	Puebla	Izúcar de Matamoros	Medio	69 413	46,477	66.25	10
83	Querétaro	Cadereyta de Montes	Alto	57 204	33,605	49.25	10
84	Querétaro	Amealco de Bonfil	Alto	56 457	32,253	47.56	5
85	Quintana Roo	Felipe Carrillo Puerto	Alto	65 373	33,602	50.12	10
86	Quintana Roo	José María Morelos	Alto	32 746	17,203	43.86	5
87	San Luis Potosí	Tamazunchale	Alto	93 811	50,237	57.43	20
88	San Luis Potosí	Rioverde	Medio	85 945	59,613	55.16	10
89	Sinaloa	El Fuerte	Medio	92 585	61,122	53.78	10
90	Sinaloa	Sinaloa	Alto	85 017	53,445	46.23	10
91	Sonora	Etchojoa	Medio	55 697	36,567	41.05	5
92	Tabasco	Cárdenas	Medio	219 563	129,898	64.8	20
93	Tabasco	Comalcalco	Medio	173 773	102,861	51.03	20
94	Tabasco	Huimanguillo	Alto	163 462	92,987	60.16	20
95	Tabasco	Macuspana	Medio	142 954	86,140	58.76	10
96	Tabasco	Cunduacán	Medio	112 036	64,044	60.81	10
97	Tamaulipas	González	Medio	40 946	27,414	51.76	5
98	Tamaulipas	Aldama	Medio	27 676	17,655	47.52	5
99	Tlaxcala	Tlaxco	Medio	36 506	21,314	58.62	5
100	Tlaxcala	Nativitas	Medio	21 863	13,553	72.63	5
101	Veracruz	Papantla	Alto	152 863	96,646	53.23	20
102	Veracruz	San Andrés Tuxtla	Alto	148 447	91,715	59.74	20
103	Veracruz	Álamo Temapache	Alto	100 790	63,053	57.98	15

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Municipios seleccionados con base en el mayor % de abstencionismo en el PEF de 2003		No. de espacios contratados para el PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	% Abstención	No. de Tortillerías
104	Veracruz	Tantoyuca	Muy alto	97 949	51,101	54.23	20
105	Yucatán	Tizimín	Alto	69 553	36,854	49.32	10
106	Yucatán	Valladolid	Medio	68 863	35,728	43.46	10
107	Zacatecas	Pinos	Alto	66 174	37,875	46.32	10
108	Zacatecas	Valparaíso	Medio	32 499	26,296	58.38	5
Total							1,075

Sistema de Transporte Colectivo “Metro” (Guadalajara, Monterrey y Ciudad de México)

Para la utilización de este medio se contrató a la empresa ISA Corporativo S.A de C.V., para colocar publicidad a través de dovelas en el Sistema de Transporte Colectivo Metro de la Ciudad de México, Sistema de Tren Eléctrico Urbano en Guadalajara, Jalisco y el Sistema de Transporte Colectivo Metrorrey en Monterrey, Nuevo León.

En los procesos electorales de 1997, 2000, 2003 y 2006 este medio ya había sido utilizado, sin embargo, solamente se realizó contratación en el Metro de la Ciudad de México. No obstante, para el Proceso Electoral 2009 se seleccionaron las tres ciudades en las que existe este transporte público obteniendo con ello mayor cobertura y alcance geográfico en comparación con los procesos anteriores. Con la utilización de este medio de transporte se lograría tener un alto impacto de los mensajes de participación ciudadana ya que de acuerdo con estudios de mercado y las páginas de internet de dichos transportes la afluencia diaria es la siguiente: el Sistema de Transporte Colectivo Metro de la Ciudad de México es utilizado diariamente por aproximadamente 5 millones de personas, el tiempo de exposición por usuario al mensaje es de aproximadamente 28 minutos. En la ciudad de Guadalajara el Sistema de Tren Eléctrico Urbano la publicidad impacta a 5 millones de usuarios al mes con un tiempo de exposición aproximado de 5 a 15 minutos. En Monterrey, el Sistema de Transporte Colectivo Metrorrey impacta de manera mensual a 5 millones de usuarios.

En estos medios de transporte público se contrataron 5,046 dovelas en 292 trenes del Sistema de Transporte Colectivo Metro de la Ciudad de México, 384 dovelas en 48 trenes del Sistema de Tren Eléctrico Urbano en Guadalajara y 280 dovelas en 70 trenes el Sistema de Transporte Colectivo Metrorrey, por un período de dos meses cinco días, del 1° de mayo al 5 de julio de 2009.



A continuación se presenta la distribución del número de dovelas y trenes contratados.

Sistema de Transporte Colectivo Metro en la Ciudad de México

Línea	N° de Dovelas	N° de Trenes
Línea 1	738	41
Línea 2	738	41
Línea 3	810	45
Línea 4	132	11
Línea 5	306	17
Línea 6	234	13
Línea 7	342	19
Línea 8	486	27
Línea 9	450	25
Línea A	288	24
Línea B	522	29
Total	5046	292

Tren Eléctrico Urbano en Guadalajara

Línea	N° de Dovelas	N° de Trenes
Línea 1	256	32
Línea 2	128	16
Total	384	48

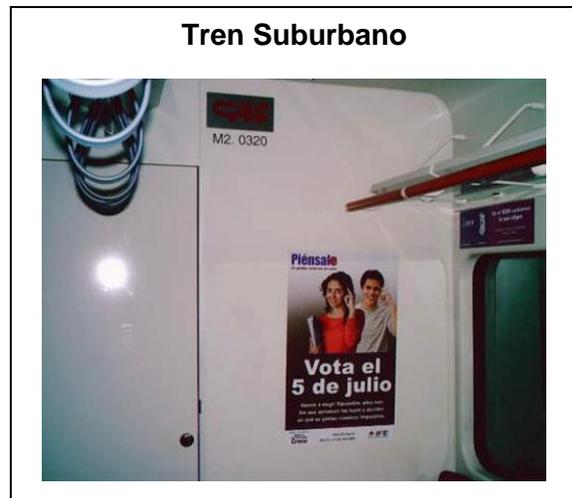
Sistema de Transporte Colectivo Metrorrey

Línea	N° de Dovelas	N° de Trenes
Línea 1	192	48
Línea 2	88	22
Total	280	70

Tren Suburbano de la Ciudad de México

Para la llevar a cabo la difusión a través de este medio de transporte se contrató a la empresa Publicidad Sobre Rieles S.A. de C.V. para la colocación de dovelas laterales y superiores, así como de posters laterales en el Tren Suburbano de la Ciudad de México. A pesar de que en procesos electorales anteriores se habían enfocado esfuerzos hacia la población que radica en el Distrito Federal y la Zona Metropolitana no se había empleado este medio debido a que no existía. Se seleccionó el Tren Suburbano por ser el medio de transporte que emplea la población que reside en la zona metropolitana para trasladarse a su centro de trabajo o escuela, cabe hacer notar que la ruta del Tren Suburbano atraviesa con su trayecto la zona con mayor concentración poblacional ya que une al Distrito Federal con cuatro municipios del Estado de México (Tlalnepantla, Atizapán, Cuautitlán y Tultitlán).

Se colocaron 320 dovelas laterales, 140 dovelas superiores y 320 posters laterales en 80 vagones por un periodo de dos meses y cinco días a partir del 1 de mayo al 5 de julio de 2009.



La distribución fue la siguiente:

Concepto	Cantidad	No. de vagones
Dovela Lateral	320	80
Dovela Superior	140	80
Poster Lateral	320	80

Internet

El Internet ya había sido empleado por el IFE en otros procesos electorales, sin embargo se usaba solamente la página web institucional como medio de difusión y de acuerdo con los informes de medios utilizados en procesos electorales anteriores no se habían contratado espacios publicitarios en otros sitios de Internet. En el proceso electoral de 2009 se llevó a cabo la difusión de los mensajes de promoción de la participación ciudadana en diferentes portales de Internet. Las páginas en dónde se llevó a cabo la difusión fueron seleccionadas con base en la frecuencia utilizada por los diferentes públicos objetivos.

Acorde a estadísticas del Padrón Electoral (al 6 de marzo de 2009) los jóvenes de entre 18 y 29 años representaban el 30% del total de empadronados con 23,100,956 (de 78,178,523 empadronados). Para el IFE, este porcentaje de población joven representó un importante sector de la sociedad al que había que llegar para exhortarlos a ejercer sus derechos y cumplir con sus obligaciones político-electorales, es por ello que se buscó un medio con el cual este grupo poblacional estuviera familiarizado y con el cual se identificara y lo usara cotidianamente, como lo es Internet.

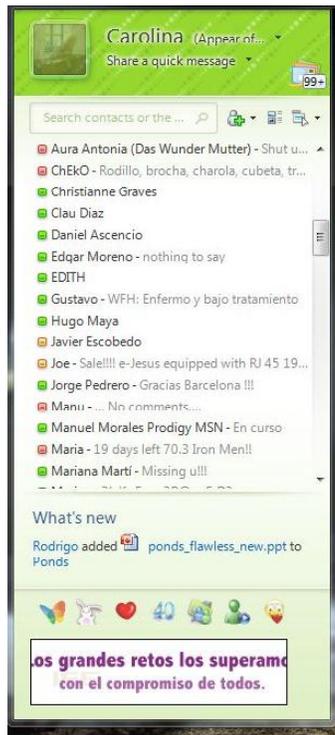
Para ello se contrató a la empresa Prodigy MSN de México S de R.L. de C.V., para colocar publicidad en el portal de Prodigy MSN (Homepage Windows Live), en el sistema de mensajería instantánea (Messenger), y en la página de consulta del correo electrónico Windows Live Hotmail.

El Sistema de Mensajería Instantánea (Messenger), de acuerdo con las cifras proporcionadas por la empresa, contaba en ese entonces con un registro de 17.9 millones de cuentas activas, y diariamente más de 6.6 millones de usuarios tenían sesiones de Messenger, el 70% de los internautas mexicanos utilizaban Messenger como servicio de mensajería instantánea.

La página de consulta del correo electrónico Windows Live Hotmail tenía un registro total de 17 millones de cuentas activas, diariamente más de 4.9 millones de usuarios utilizaban

Windows Live Hotmail. El portal de Prodigy MSN (Homepage Windows Live) contaba con alrededor de 3.1 millones de usuarios al día, el primer lugar en cuanto al consumo de información entre los internautas mexicanos. El periodo de exhibición fue por 2 meses y cinco días. Del 1º de mayo al 5 de julio de 2009.

Adicionalmente también se colocaron banners en las páginas de internet de los periódicos La Jornada y El Universal. Este último ocupa el primer lugar en número de visitas de su página web. El periodo contratación fue de 1 mes, a partir del 5 de junio al 5 de julio de 2009.





Corredor Metrobús Insurgentes

A pesar de que este medio de transporte fue creado en el 2005⁵⁰ no fue utilizado para difundir la promoción de la participación ciudadana en el proceso electoral de 2006, por lo que fue en 2009 la primera vez que se empleó para este fin. Este medio fue seleccionado porque en razón de que los mensajes no sólo impactan a los usuarios del Metrobús sino que también a los transeúntes, automovilistas y asistentes a establecimientos de la zona que utilizan diariamente la avenida Insurgentes, una de las principales de la Capital ya que atraviesa toda la Ciudad de México.

⁵⁰ Metrobús, URL: <http://www.metrobus.df.gob.mx/organizacion.html>. Consultado: 28 de mayo de 2012.

Para la colocación de publicidad al interior y exterior de las paradas del Metrobús de la Línea 1 que corre del Monumento al Caminero hasta Indios Verdes se contrató a la empresa 5M2 Andenes, S A P I, DE C.V. Los espacios publicitarios cuentan con iluminación interna lo que permite que la publicidad sea exhibida las 24 horas del día. Este medio tiene la particularidad de abarcar casi todos los niveles socioeconómicos y los cuales esperan en promedio 5 minutos dentro de cada estación. El periodo de contratación fue de un mes con cinco días, del 1º de junio al 5 de julio de 2009.



Los espacios en donde se exhibieron los mensajes de promoción de la participación ciudadana tanto al interior como en el exterior de este medio de transporte fueron en las estaciones siguientes:

Estación	Espacio interior de 2 mts ²	Espacio exterior de 4 mts ²	Espacio exterior de 8 mts ²
18 de marzo	2		3
Euskaro	4		
Potrero	1		1
La Raza	3		1
Circuito	4	1	
San Simón			1
M. González	1	2	2
Buenavista	2		1
El Chopo	5		
Revolución	1	1	
Tabacalera		1	1
Reforma	1		1
Hamburgo	1		3
Insurgentes Sur	3		
Insurgentes Norte	5		
Durango	1		1
A. Obregón	4		
Sonora	3		2
Campeche	1		1
Chilpancingo	2	1	2
Nuevo León	3		
La Piedad	3		
Poliforum	3		2
Nápoles	4		1
Col. del Valle		1	2
Cd. Deportes	2	1	1
Parque Hundido	3		
Félix Cuevas	4		1
Rio Churubusco	2	2	
T. Insurgentes	1		2
J.M. Velasco			3
Francia	3		1
Olivo	4		
Altavista	3	1	
La Bombilla	2	1	1
Dr. Gálvez	3		2
Total	84	12	36
132 espacios publicitarios en total			

Pantallas Electrónicas

Este medio de difusión fue utilizado en Procesos Electorales anteriores sin embargo el tiempo de exposición al mensaje fue solamente de diez días, eran pantallas itinerantes y sólo se exhibieron en algunas ciudades. Dado las ventajas que aporta la difusión en este medio se contrató a la empresa Espectaculares Televisivos de Alta Definición S.A. de C.V., para la publicidad en 137 pantallas electrónicas de 22 ciudades importantes por ser estas las capitales de estados o bien ciudades con alta densidad poblacional. Los mensajes transmitidos fueron de 10 segundos de duración por cada seis minutos durante las 24 horas del día para lograr un total de 240 mensajes diarios. El periodo de exposición fue de quince días, a partir del 21 de junio al 5 de julio de 2009.



Entidades en las que se llevó a cabo la difusión:

Entidad	No. de pantallas
Aguascalientes (Aguascalientes)	2
Baja California (Mexicali)	5
Baja California Sur (La Paz)	2
Chiapas (Tuxtla Gutiérrez)	5
Chihuahua (Chihuahua y Cd. Juárez)	9
Coahuila (Matamoros)	4
Distrito Federal	22
Durango (Durango)	3
Estado de México (Cuautitlán Izcalli, Ecatepec, Naucalpan, Tlalnepantla y Toluca)	27
Guanajuato (Celaya, Irapuato y Guanajuato)	8
Guerrero (Acapulco)	3
Hidalgo (Pachuca)	6
Jalisco (Guadalajara y Tlaquepaque)	8
Morelos (Cuernavaca)	2
Puebla (Puebla)	3
Querétaro (Querétaro)	5
Sinaloa (Culiacán y Mazatlán)	3
Tabasco (Villahermosa)	5
Tamaulipas (Tampico)	2
Tlaxcala (Tlaxcala y Apizaco)	2
Veracruz (Córdoba y Xalapa)	6
Zacatecas (Fresnillo, Guadalupe y Zacatecas)	5
TOTAL	137

Autobuses Urbanos

De acuerdo con informes de procesos electorales anteriores, el IFE ya había realizado promoción de la participación ciudadana a través de transporte público urbano, sin embargo, este fue el primer Proceso Electoral en el que se logró difundir el mensaje de promoción del voto en los 31 estados del país abarcando las rutas de mayor afluencia de pasajeros de 70 municipios. La única entidad en donde no se contrató este servicio fue el Distrito Federal, ya que en este lugar se contrataron espacios en el Sistema de Transporte Colectivo Metro, en el Tren Suburbano y en el Metrobús.

Los municipios fueron seleccionados con base en número de habitantes igual o superior a cien mil (de acuerdo al II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI), además de contar con un porcentaje de abstencionismo superior al 50% en el proceso electoral anterior (tomando como referencia las cifras consignadas en la elección 2003). En las entidades en las que no había municipios que cumplieran con estas dos características (Campeche, Colima, Querétaro y Tlaxcala) se decidió seleccionar los municipios con el abstencionismo más alto de la entidad a pesar de que no tuviera una población mayor o igual a cien mil habitantes.

La versión difundida fue *Piénsale*, y en total esta actividad se desarrolló en 72 municipios de 31 entidades federativas. El total de unidades entre el 1° de junio y el 5 de julio en 29 entidades federativas ascendió a 45 autobuses integrales, 19 autobuses semintegrales, 266 medallones en autobús, un microbús integral, 40 espacios en medallones en microbús, 60 medallones en urvan/combi y un vehículo de publicidad móvil. Total de unidades 432.

Cabe señalar que en el estado de Baja California Sur, al no contar con este servicio, se contrataron 10 parabuses en la Ciudad de La Paz. Caso especial fue

también el estado de Hidalgo, en donde se elaboraron 1,019 calcomanías que fueron colocadas en diferentes unidades de transporte.



Municipios en los que se contrató publicidad en Autobuses Urbanos

Fuente: Población total de acuerdo al II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI				Porcentaje de abstencionismo en el PEF de 2003		PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Población total	Lista Nominal	% Abstención	Autobuses urbanos
1	Aguascalientes	Aguascalientes	723 043	441,210	57.53	Si
2	Baja California	Tijuana	1 410 687	888,863	71.69	Si
3	Baja California	Mexicali	855 962	530,997	65.1	Si
4	Baja California	Ensenada	413 481	247,642	65.52	Si
5	Baja California Sur	La Paz	219 596	133,065	60.38	Si
6	Campeche	Carmen	199 988	109,475	47.72	Si
7	Campeche	Escárcega	50 106	29,033	44.95	Si

Fuente: Población total de acuerdo al II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI				Porcentaje de abstencionismo en el PEF de 2003		PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Población total	Lista Nominal	% Abstención	Autobuses urbanos
8	Campeche	Candelaria	37 006	19,580	47.02	Si
9	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez	503 320	282,581	68.74	Si
10	Chiapas	Tapachula	282 420	159,301	67.07	Si
11	Chiapas	Ocosingo	170 280	92,163	73.61	Si
12	Chihuahua	Juárez	1 313 338	880,225	68.56	Si
13	Chihuahua	Chihuahua	758 791	497,229	59.57	Si
14	Chihuahua	Cuauhtémoc	134 785	88,684	70.63	Si
15	Coahuila	Saltillo	648 929	372,649	66.47	Si
16	Coahuila	Torreón	577 477	370,016	58.8	Si
17	Coahuila	Monclova	200 160	131,505	68.92	Si
18	Colima	Manzanillo	137 842	87,702	48.62	Si
19	Colima	Tecomán	98 150	63,653	50.12	Si
20	Durango	Durango	526 659	329,751	61.93	Si
21	Durango	Gómez Palacio	304 515	177,731	59.97	Si
22	Estado de México	Ecatepec de Morelos	1 688 258	1,031,934	65	Si
23	Estado de México	Nezahualcóyotl	1 140 528	900,754	62.19	Si
24	Estado de México	Chimalhuacán	525 389	252,836	67.69	Si
25	Estado de México	Valle de Chalco Solidaridad	332 279	184,977	70.1	Si
26	Estado de México	Nicolás Romero	306 516	177,290	67.45	Si
27	Guanajuato	Irapuato	463 103	285,945	52.34	Si
28	Guanajuato	Celaya	415 869	256,090	54.8	Si
29	Guanajuato	Salamanca	233 623	160,859	50.99	Si
30	Guerrero	Acapulco de Juárez	717 766	481,714	71.37	Si
31	Guerrero	Chilpancingo de los Bravo	214 219	121,291	69.26	Si
32	Hidalgo	Huejutla de Reyes	115 786	61,228	53.9	Si
33	Jalisco	Tlaquepaque	563 006	295,994	50.86	Si
34	Jalisco	Tonalá	408 729	179,106	48.9	Si
35	Michoacán	Morelia	684 145	426,451	63.38	Si
36	Michoacán	Zamora	170 748	113,840	62	Si
37	Morelos	Cuernavaca	349 102	251,967	51.57	Si
38	Morelos	Jiutepec	181 317	114,863	55	Si
39	Nayarit	Tepic	336 403	208,422	62.31	Si
40	Nayarit	Santiago Ixcuintla	84 314	67,139	66.86	Si
41	Nuevo León	Guadalupe	691 931	469,164	49.02	Si
42	Nuevo León	San Nicolás de los Garza	476 761	358,842	45.61	Si
43	Nuevo León	Apodaca	418 784	174,678	50.99	Si
44	Oaxaca	Oaxaca de Juárez	265 006	185,715	59.41	Si
45	Oaxaca	San Juan Bautista Tuxtepec	144 555	85,081	58.93	Si

Fuente: Población total de acuerdo al II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI				Porcentaje de abstencionismo en el PEF de 2003		PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Población total	Lista Nominal	% Abstención	Autobuses urbanos
46	Oaxaca	Juchitán de Zaragoza	85 869	52,559	62.95	Si
47	Puebla	Puebla	1 485 941	923,432	58.88	Si
48	Puebla	Tehuacán	260 923	139,239	65.3	Si
49	Querétaro	San Juan del Río	208 462	121,218	48.77	Si
50	Querétaro	Cadereyta de Montes	57 204	33,605	49.25	Si
51	Quintana Roo	Othón P. Blanco	219 763	131,455	61.37	Si
52	San Luis Potosí	San Luis Potosí	730 950	439,409	55.59	Si
53	San Luis Potosí	Soledad de Graciano Sánchez	226 803	109,724	59.91	Si
54	Sinaloa	Culiacán	793 730	469,434	62.53	Si
55	Sinaloa	Ahome	388 344	233,873	64.02	Si
56	Sonora	Hermosillo	701 838	402,796	45.97	Si
57	Tabasco	Centro Villahermosa	558 524	356,606	64.34	Si
58	Tabasco	Cárdenas	219 563	129,898	64.8	Si
59	Tamaulipas	Victoria	293 044	176,407	57.38	Si
60	Tamaulipas	Ciudad Madero	193 045	136,987	60.76	Si
61	Tamaulipas	Altamira	162 628	82,365	60.9	Si
62	Tlaxcala	Tenancingo	10 632	7,352	77.9	Si
63	Tlaxcala	San Juan Huactzinco	6 577	3,515	81.14	Si
64	Tlaxcala	Santa Isabel Xiloxotla	4 118	2,105	84.13	Si
65	Veracruz	Veracruz	512 310	329,107	60.61	Si
66	Veracruz	Xalapa	413 136	272,139	63.81	Si
67	Veracruz	Coatzacoalcos	280 363	186,525	62.03	Si
68	Yucatán	Mérida	781 146	469,746	53.38	Si
69	Yucatán	Tizimín	69 553	36,854	49.32	Si
70	Yucatán	Valladolid	68 863	35,728	43.46	Si
71	Zacatecas	Fresnillo	196 538	121,622	57.06	Si
72	Zacatecas	Zacatecas	132 035	85,604	57.37	Si

Carteleras Espectaculares

En coordinación con los Vocales Ejecutivos y Vocales de Capacitación Electoral y Educación Cívica de las Juntas Locales Ejecutivas de los 31 estados y el Distrito Federal se llevó a cabo la contratación de publicidad exterior en 174 carteleras espectaculares.

Se buscó que estos medios estuvieran colocadas en las principales calles y/o avenidas de los municipios y delegaciones seleccionadas. Asimismo, debían de contar con iluminación y estar ubicadas en un sitio de alta afluencia como un centro comercial, oficinas o escuelas; y aquellas que se encontraran en carreteras y autopistas por las que transitan no sólo el público local sino además aquellas personas que se trasladen de un municipio a otro.

Los municipios y delegaciones fueron seleccionados con base en el mayor número de habitantes (II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI), y el mayor porcentaje de abstencionismo (de acuerdo a los Índices de Participación Ciudadana del Proceso Electoral Federal de 2003).

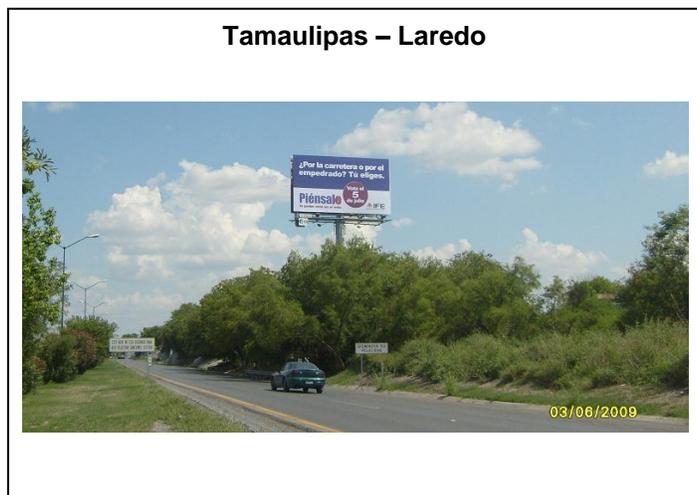
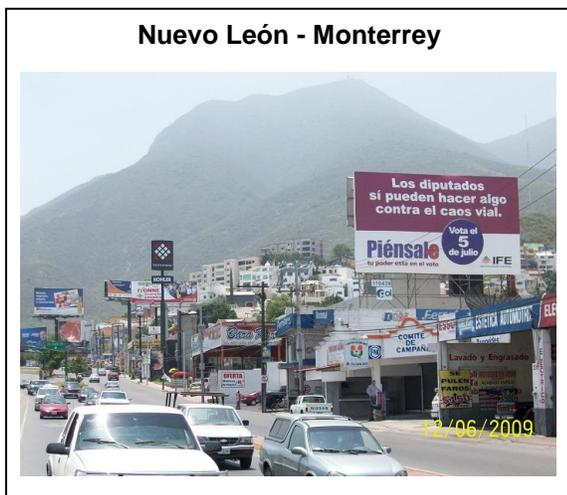
La Comisión de Capacitación y Organización Electoral del IFE seleccionó y aprobó las siguientes leyendas para que fueran susceptibles de ser difundidos a través de éste medio de acuerdo con las características geográficas de cada entidad federativa.

- Los diputados sí pueden hacer algo contra el caos vial (preferentemente en calles o avenidas con problemas de tránsito vehicular).
- Tú eliges. Los diputados nos frenan o aceleran (preferentemente en carreteras, salidas de la ciudad o vías rápidas).
- ¿Te cansa ir a vuelta de rueda? Vota (preferentemente en calles o avenidas de tránsito lento).

- ¿Por la carretera o por el empedrado? Tú eliges (preferentemente en municipios con problemas de caminos no pavimentados o con empedrado defectuoso).

El propósito de estos mensajes fue el tratar de generar conciencia entre la población respecto a las actividades de los diputados, para lo cual se emplearon términos relativos al transporte vehicular y las situaciones que se pueden suscitar en el lugar de residencia, para que la población asociara la lentitud, el retraso y los obstáculos con la actividad legislativa.

El periodo de difusión a través de este medio fue de un mes con cinco días, del 1 de junio al 5 de julio de 2009.



Los municipios que fueron seleccionados para esta actividad con base en los criterios antes enunciados fueron los siguientes:

Fuente: II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI				Porcentaje de abstencionismo en el PEF de 2003		PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Población total	Lista Nominal	% Abstención	No. de Carteleras Espectaculares
1	Aguascalientes	Aguascalientes	723 043	441,210	57.53	2
2	Baja California	Tijuana	1 410 687	888,863	71.69	2
3	Baja California	Mexicali	855 962	530,997	65.1	2
4	Baja California	Ensenada	413 481	247,642	65.52	1
5	Baja California Sur	La Paz	219 596	133,065	60.38	1
6	Baja California Sur	Los Cabos	164 162	72,740	69.03	1
7	Campeche	Campeche	238 850	144,606	34.59	3
8	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez	503 320	282,581	68.74	2
9	Chiapas	Tapachula	282 420	159,301	67.07	2
10	Chihuahua	Juárez	1 313 338	880,225	68.56	4
11	Chihuahua	Chihuahua	758 791	497,229	59.57	4
12	Coahuila	Saltillo	648 929	372,649	66.47	2
13	Coahuila	Torreón	577 477	370,016	58.8	2
14	Colima	Colima	132 273	92,389	41.36	1
15	Distrito Federal	Iztapalapa	1 820 888	1,256,771	59.68	4
16	Distrito Federal	Gustavo A. Madero	1 193 161	1,007,145	56.57	4
17	Distrito Federal	Álvaro Obregón	706 567	522,722	55.51	3
18	Distrito Federal	Coyoacán	628 063	522,415	53.02	3
19	Distrito Federal	Tlalpan	607 545	434,679	54.73	2
20	Distrito Federal	Cuauhtémoc	521 348	449,155	56.51	2
21	Distrito Federal	Venustiano Carranza	447 459	391,334	56.24	2
22	Distrito Federal	Azcapotzalco	425 298	377,486	52.03	1
23	Distrito Federal	Xochimilco	404 458	255,666	58.76	1
24	Distrito Federal	Iztacalco	395 025	336,758	56.14	1
25	Distrito Federal	Benito Juárez	355 017	322,173	52.07	2
26	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	353 534	297,035	53.57	2
27	Distrito Federal	Tláhuac	344 106	200,815	59.03	1
28	Distrito Federal	La Magdalena Contreras	228 927	167,433	55.13	1
29	Distrito Federal	Cuajimalpa de Morelos	173 625	105,488	54.4	1
30	Durango	Durango	526 659	329,751	61.93	2
31	Durango	Gómez Palacio	304 515	177,731	59.97	1
32	Estado de México	Ecatepec de Morelos	1 688 258	1,031,934	65	2

Fuente: II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI				Porcentaje de abstencionismo en el PEF de 2003		PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Población total	Lista Nominal	% Abstención	No. de Cartelera Espectaculares
33	Estado de México	Nezahualcóyotl	1 140 528	900,754	62.19	2
34	Estado de México	Naucalpan de Juárez	821 442	617,227	62.38	1
35	Estado de México	Toluca	747 512	424,437	58.2	1
36	Estado de México	Tlalnepantla de Baz	683 808	523,840	59.26	3
37	Estado de México	Chimalhuacán	525 389	252,836	67.69	1
38	Estado de México	Cuautitlán Izcalli	498 021	299,453	59.64	2
39	Estado de México	Ixtapaluca	429 033	164,386	64.91	1
40	Estado de México	Valle de Chalco Solidaridad	332 279	184,977	70.1	1
41	Estado de México	Nicolás Romero	306 516	177,290	67.45	1
42	Guanajuato	León	1 278 087	733,937	48.87	4
43	Guanajuato	Irapuato	463 103	285,945	52.34	2
44	Guanajuato	Celaya	415 869	256,090	54.8	2
45	Guerrero	Acapulco de Juárez	717 766	481,714	71.37	3
46	Guerrero	Chilpancingo de los Bravo	214 219	121,291	69.26	1
47	Hidalgo	Pachuca de Soto	275 578	168,653	56.74	1
48	Jalisco	Guadalajara	1 600 940	1,239,835	45.72	5
49	Jalisco	Zapopan	1 155 790	660,906	49.94	4
50	Michoacán	Morelia	684 145	426,451	63.38	2
51	Michoacán	Uruapan	279 229	171,469	64.25	1
52	Morelos	Cuernavaca	349 102	251,967	51.57	2
53	Nayarit	Tepic	336 403	208,422	62.31	3
54	Nuevo León	Monterrey	1 133 814	834,936	46.14	4
55	Nuevo León	Guadalupe	691 931	469,164	49.02	2
56	Nuevo León	San Nicolás de los Garza	476 761	358,842	45.61	1
57	Oaxaca	Oaxaca de Juárez	265 006	185,715	59.41	1
58	Puebla	Puebla	1 485 941	923,432	58.88	4
59	Puebla	Tehuacán	260 923	139,239	65.3	1
60	Querétaro	Querétaro	734 139	430,030	42.18	1
61	Quintana Roo	Benito Juárez	572 973	268,274	73.87	4
62	Quintana Roo	Othón P. Blanco	219 763	131,455	61.37	4
63	San Luis Potosí	San Luis Potosí	730 950	439,409	55.59	3
64	Sinaloa	Culiacán	793 730	469,434	62.53	4
65	Sinaloa	Mazatlán	403 888	258,281	60.81	1

Fuente: II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI				Porcentaje de abstencionismo en el PEF de 2003		PEF 2008 - 2009
No.	Entidad	Municipio	Población total	Lista Nominal	% Abstención	No. de Cartelera Espectaculares
66	Sinaloa	Ahome	388 344	233,873	64.02	2
67	Sonora	Hermosillo	701 838	402,796	45.97	2
68	Tabasco	Centro Villahermosa	558 524	356,606	64.34	3
69	Tabasco	Cárdenas	219 563	129,898	64.8	1
70	Tamaulipas	Reynosa	526 888	319,574	64.94	1
71	Tamaulipas	Matamoros	462 157	311,381	63.29	1
72	Tamaulipas	Nuevo Laredo	355 827	231,503	63.89	2
73	Tamaulipas	Victoria	293 044	176,407	57.38	1
74	Tamaulipas	Ciudad Madero	193 045	136,987	60.76	1
75	Tlaxcala	Tlaxcala	83 748	49,267	63.07	1
76	Veracruz	Veracruz	512 310	329,107	60.61	2
77	Veracruz	Xalapa	413 136	272,139	63.81	2
78	Veracruz	Coatzacoalcos	280 363	186,525	62.03	2
79	Yucatán	Mérida	781 146	469,746	53.38	8
80	Zacatecas	Fresnillo	196 538	121,622	57.06	3
81	Zacatecas	Zacatecas	132 035	85,604	57.37	5
Total						174

Inserciones en Revistas y Periódicos⁵¹

Para promocionar la participación ciudadana como funcionarios de casilla se transmitió en radio la versión *Convocatoria CAE (Capacitadores Asistentes Electorales)* del 28 de noviembre de 2008 al 21 de enero. En este mismo mes se realizó una inserción en los periódicos El Universal, La Jornada, y en El Sol de México de las siguientes entidades: Aguascalientes, Tijuana, Chiapas, Irapuato, Zacatecas, Guanajuato, Acapulco, Morelia, Puebla, San Luis Potosí, Sinaloa y Tlaxcala.

⁵¹ Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, IFE. *Informe Anual de Actividades Enero – Diciembre de 2009*. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Informes_por_disposicion_legal/ Consultado: 23 de marzo de 2012.

Asimismo, durante el mes de marzo se realizaron inserciones de la versión *El IFE trabaja contigo*, mediante la cual se dio a conocer a la población la tarea de los CAE, en las revistas Voz y Voto, Etcétera, Educación 2001, Congresistas, Nexos y Revista de la Universidad. En el mes de abril se realizaron inserciones de la misma versión en las revistas Voz y voto, Etcétera, Educación 2001, Congresistas, Revista de la Universidad, Este País, Letras Libres y Cuartoscuro.

Para promover el voto informado y razonado durante los meses de abril, mayo y junio se realizaron inserciones derivadas de la versión *Piénsale 2* en las siguientes revistas: TV Notas (en dos ediciones), Conozca más, National Geographic, Padres e hijos, Cosmopolitan, Men's Health, Muy Interesante, Vanidades, Eres, Quo, Furia Musical, TV y Novelas, Cuartoscuro y Universo Grupero.

Con respecto a las versiones *No votes*, *Vamos a votar*, y *Nosotros sí vamos*, los cuales tuvieron el objeto de reiterar a la ciudadanía la importancia del ejercicio del Voto Informado y Razonado, se realizaron inserciones referentes al Llamado a votar durante el mes de junio en las revistas Voz y Voto, Educación 2001, Congresistas, Nexos, Este País, Letras Libres, Etcétera, Revista de la Universidad, Revista de Educación y Cultura AZ, Voz y Voto, y Congresistas

De la versión *El poder es tuyo*, se llevaron a cabo inserciones cuyo objetivo fue expresar a la población el poder que tiene de decidir sobre su voto en las elecciones. Las revistas utilizadas fueron: Voz y Voto, Etcétera, Educación 2001, Congresistas, Letras Libres, Este país, Cuartoscuro, Revista de Educación y Cultura AZ.

La versión *Fotos*, cuyo objetivo fue reiterar a la población la importancia del voto informado y razonado se difundió el 28 de mayo y 7 de junio mediante inserciones en los periódicos Esto, Récord Guadalajara, Récord Monterrey y Estadio. Y en los meses de junio y julio se difundió en las revistas Automóvil Panamericano, National Geographic, Veintitantos, Quo, Selecciones, Vanidades, Conozca más,

Futbol Total, Padres e hijos, Quién, Muy Interesante, Men's Health, Cosmopolitan, Furia Musical, Muy Interesante (Edición Especial), TV y Novelas, TV Notas, Voz y Voto, Educación 2001, Congresistas, Nexos, Este País, Letras Libres, Etcétera, Revista de la Universidad, Revista de Educación y Cultura AZ, Voz y Voto, Congresistas y Revista de la Universidad.

De la versión *Voto Libre* se realizaron inserciones el 29 de junio en los siguientes periódicos: Esto, Ovaciones y Diario Récord Guadalajara. Asimismo, el 3 de julio la misma versión se difundió en los siguientes medios impresos: La Jornada Jalisco, La Jornada Michoacán, La Jornada Morelos, La Jornada Oriente (Puebla), La Jornada San Luis, El Sol de Toluca (Estado de México), El Sol de Cuernavaca (Morelos), El Sol de Hidalgo, El Sol del Centro (Aguascalientes), El Sol de Zacatecas, El Sol del Bajío (Guanajuato), El Sol de Acapulco, El Sol de Puebla, El Heraldillo de Chiapas, El Sol de San Juan del Río (Querétaro), El Sol de Córdoba (Veracruz), El Sol de San Luis Potosí, El Sol de Sinaloa, El Sol de Tlaxcala y El Gráfico.

Asimismo, para agradecer a la ciudadanía su participación durante los comicios, se difundió en radio y televisión la versión *A todos* del 6 al 19 de julio. Bajo este mismo tenor, la inserción se denominó *Agradecimientos* y fue publicada el 6 de julio en las revistas especializadas Este País, Letras Libres, Etcétera y Nexos.

Con objeto de incentivar a la población a conocer el trabajo de los representantes recién electos, en agosto se difundió la versión *Yo ya voté* en las revistas especializadas Educación 2001, Este País, Letras Libres, Etcétera, Revista de la Universidad, Voz y voto, Cuartoscuro y Congresistas.

¿Quieres ser Supervisor Electoral o Capacitador Asistente?

Tú puedes trabajar en el IFE durante las elecciones de 2009

Si eres mexicano(o), tienes tu credencial para votar, cursaste la secundaria, no militas en ningún partido u organización política y tienes hasta 60 años.

Necesitas:

- Colaborar de tiempo completo y tener buen trato con la gente.
- Comprometerte a visitar y convencer a los ciudadanos en sus domicilios para que participen como funcionarios de casilla.
- Estar dispuesto a trabajar en equipo.
- Agradar y ser de los mejores evaluados en el procedimiento de selección.

Acude a la Junta Distrital Ejecutiva más cercana a tu domicilio
 Consulta la página www.ife.org.mx

o llama a **IFETEL 01800 433 2000**
 Las contrataciones comienzan el 21 de enero.

Nuestra Democracia **Crece**

IFE
 INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL



Casa por casa y en todo el país, más de 29 mil Capacitadores



y Supervisores Electorales están visitando a millones de



ciudadanos sorteados para que participen como funcionarios de



casilla el 5 de julio. En el IFE, trabajamos contigo para que estas



elecciones sean como tú las esperas y México las necesita.

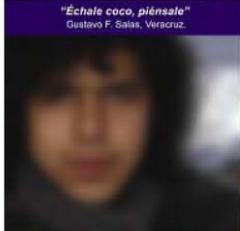


Juntos vamos a lograrlo.

Llama a IFETEL:
 01 800 433 2000

www.ife.org.mx

IFE
 INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

	
"Échale coco, piénsale" Gustavo F. Saiz, Veracruz.	"Piénsale pero no te claves, actúa" Silvia Torres, Campeche.
	
"Para pensar primero hay que enfocar" Mariano Derriaga, D.F.	"Piénsale fríamente" Julieta M. Fernández, Monterrey.
<p>Exprésate Vota el 5 de julio Piénsale, tu poder está en el voto</p>	

Nuestra Democracia **Crece**

IFETEL: 01 800 433 2000
www.ife.org.mx

IFE
 INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

Vota el 5 de julio

Vamos a elegir Diputados, ellos son los que aprueban las leyes y deciden en qué se gastan nuestros impuestos.



Infórmate

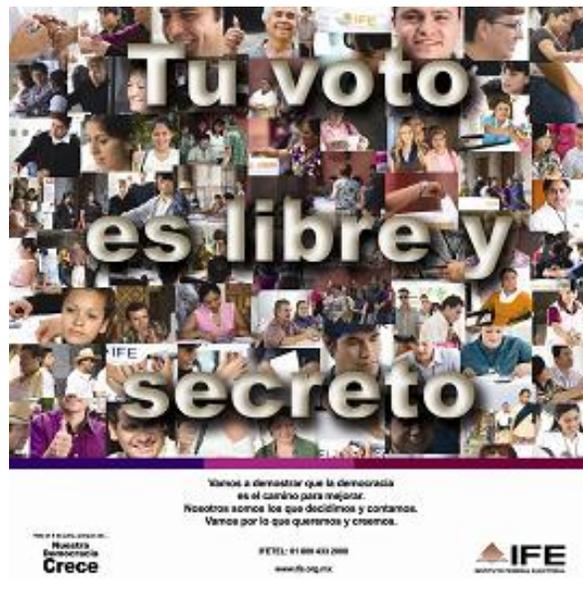
Piénsale

decide y vota

Nuestra Democracia **Crece**

www.ife.org.mx
 IFETEL: 01 800 433 2000

IFE
 INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL



Espectáculos lúdicos

Se contrató a la empresa Promoción Creativa de la Alegría, S.A. de C.V. (Grupo Anímate), quien creó para el IFE una obra de teatro callejero única y original denominada “Máquina de Voto” para promocionar la participación ciudadana y el voto libre y secreto a través de la versión *El poder es tuyo*.⁵² Esta empresa realizó 48 espectáculos lúdicos en plazas públicas de las principales ciudades de los 31 estados, las 16 delegaciones del Distrito Federal y en las oficinas centrales del Instituto; esta actividad tuvo vigencia del 17 de junio al 5 de julio de 2009.

Con estas presentaciones se buscó incentivar a la población a participar en el espectáculo conformado por una coreografía y una música alusiva al llamado a votar. Esta clase de espectáculos se caracterizaron por el factor sorpresa que los integrantes del grupo causaron en donde se presentaban, haciendo parecer que de manera espontánea bailan y cantan como si fueran parte de la población, e invitaban a las demás personas a incorporarse a esta actividad.

⁵² Videos de los espectáculos lúdicos, URL: <http://www.elpoderestuyo.org>. Consultado: 18 de julio de 2012.

Como complemento a la promoción de la participación ciudadana se produjeron 200 mil artículos promocionales (portanotas) cuyo mensaje era recordar a la población cuestiones básicas como: ubicar la casilla, inicio del proceso a las 8:00 a.m., llevar la Credencial para Votar, e ir a votar. Estos artículos se distribuyeron en las juntas locales y distritales y al término de los espectáculos lúdicos.

3.2.2 Cuadro resumen de los medios utilizados

A continuación se muestra un cuadro integral de toda la campaña de difusión el cual está dividido en tres segmentos. El primero consiste en las 32 entidades federativas con los municipios que fueron seleccionados de acuerdo con en el mayor número de habitantes y con grado de marginación medio, alto y muy alto, de acuerdo en los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI. El segundo consiste en los porcentajes de participación ciudadana más bajos del Proceso Electoral Federal de 2003, los cuales sirvieron como referencia para seleccionar los municipios con alto índice de abstención. El tercero se refiere a todos los medios alternativos que fueron utilizados y el número de espacios contratados por cada municipio.

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Índices de participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal de 2003					Medios Alternativos Utilizados								
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Part.	Abstención	% Abst.	Tortillerías	Pantallas Electrónicas	Autobuses urbanos	Carteleras Espectaculares	Esp. lúdicos	Inserciones e internet	Metro Doves/Trenes	Tren Suburbano Mensajes / Vagones	Metro bús Mensajes / Estaciones
1	Aguascalientes	Aguascalientes	Muy bajo	723 043	441,210	187,365	42.47	253,845	57.53		2	Si	2	1	Si			
2	Aguascalientes	Asientos	Medio	40 547	22,884	8,638	37.75	14,246	62.25	10					Si			
3	Aguascalientes	El Llano	Medio	17 115	9,533	4,392	46.07	5,141	53.93	5					Si			
4	Baja California	Tijuana	Muy bajo	1 410 687	888,863	251,596	28.31	637,267	71.69			Si	2		Si			
5	Baja California	Mexicali	Muy bajo	855 962	530,997	185,337	34.9	345,660	65.1		5	Si	2	1	Si			
6	Baja California	Ensenada	Muy bajo	413 481	247,642	85,394	34.48	162,248	65.52			Si	1		Si			
7	Baja California Sur	La Paz	Muy bajo	219 596	133,065	52,719	39.62	80,346	60.38		2	Si	1		Si			
8	Baja California Sur	Los Cabos	Muy bajo	164 162	72,740	22,529	30.97	50,211	69.03				1		Si			
9	Campeche	Campeche	Muy bajo	238 850	144,606	94,582	65.41	50,024	34.59				3	1	Si			

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Índices de participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal de 2003					Medios Alternativos Utilizados								
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Part.	Abstención	% Abst.	Tortillerías	Pantallas Electrónicas	Autobuses urbanos	Carteleras Espectaculares	Esp. lúdicos	Inserciones e internet	Metro Doves/Trenes	Tren Suburbano Mensajes / Vagones	Metro bús Mensajes / Estaciones
10	Campeche	Carmen	Bajo	199 988	109,475	57,237	52.28	52,238	47.72			Si			Si			
11	Campeche	Champotón	Medio	76 116	46,798	29,952	64	16,846	36	15					Si			
12	Campeche	Escárcega	Medio	50 106	29,033	15,982	55.05	13,051	44.95	10		Si			Si			
13	Campeche	Candelaria	Alto	37 006	19,580	10,374	52.98	9,206	47.02			Si			Si			
14	Chiapas	Tuxtla Gutiérrez	Muy bajo	503 320	282,581	88,326	31.26	194,255	68.74		5	Si	2	1	Si			
15	Chiapas	Tapachula	Medio	282 420	159,301	52,451	32.93	106,850	67.07	20		Si	2		Si			
16	Chiapas	Ocosingo	Muy alto	170 280	92,163	24,325	26.39	67,838	73.61	20		Si			Si			
17	Chiapas	San Cristóbal de las Casas	Medio	166 460	81,950	25,966	31.69	55,984	68.31	20					Si			
18	Chiapas	Comitán de Domínguez	Medio	121 263	64,036	18,455	28.82	45,581	71.18	20					Si			
19	Chiapas	Las Margaritas	Muy alto	98 374	50,707	22,623	44.62	28,084	55.38	15					Si			
20	Chiapas	Palenque	Alto	97 991	51,663	14,978	28.99	36,685	71.01	15					Si			
21	Chiapas	Chilón	Muy alto	95 907	43,056	15,835	36.78	27,221	63.22	10					Si			
22	Chihuahua	Juárez	Muy bajo	1 313 338	880,225	276,771	31.44	603,454	68.56		5	Si	4		Si			
23	Chihuahua	Chihuahua	Muy bajo	758 791	497,229	201,054	40.43	296,175	59.57		4	Si	4	1	Si			
24	Chihuahua	Cuauhtémoc	Muy bajo	134 785	88,684	26,047	29.37	62,637	70.63			Si			Si			
25	Chihuahua	Guadalupe y Calvo	Muy alto	51 854	22,555	6,457	28.63	16,098	71.37	10					Si			
26	Coahuila	Saltillo	Muy bajo	648 929	372,649	124,952	33.53	247,697	66.47			Si	2	1	Si			
27	Coahuila	Torreón	Muy bajo	577 477	370,016	152,465	41.2	217,551	58.8			Si	2		Si			
28	Coahuila	Monclova	Muy bajo	200 160	131,505	40,867	31.08	90,638	68.92			Si			Si			
29	Coahuila	Matamoros	Bajo	99 707	61,564	26,820	43.56	34,744	56.44		4				Si			
30	Coahuila	Viesca	Medio	19 328	12,531	5,542	44.23	6,989	55.77	5					Si			
31	Coahuila	General Cepeda	Medio	11 284	7,611	2,555	33.57	5,056	66.43	5					Si			
32	Colima	Colima	Muy bajo	132 273	92,389	54,177	58.64	38,212	41.36				1	1	Si			
33	Colima	Manzanillo	Muy bajo	137 842	87,702	45,062	51.38	42,640	48.62			Si			Si			
34	Colima	Tecomán	Bajo	98 150	63,653	31,747	49.88	31,906	50.12			Si			Si			
35	Colima	Minatitlán	Medio	7 478	5,377	3,353	62.36	2,024	37.64	2					Si			
36	Colima	Ixtlahuacán	Medio	4 759	4,376	3,042	69.52	1,334	30.48	2					Si			
37	Distrito Federal	Iztapalapa	Muy bajo	1 820 888	1,256,771	506,668	40.32	750,103	59.68		22		4	1	Si	5,046 / 292	780 / 80	132 / 36
38	Distrito Federal	Gustavo A. Madero	Muy bajo	1 193 161	1,007,145	437,402	43.43	569,743	56.57				4	1	Si			
39	Distrito Federal	Álvaro Obregón	Muy bajo	706 567	522,722	232,553	44.49	290,169	55.51				3	1	Si			
40	Distrito Federal	Coyoacán	Muy bajo	628 063	522,415	245,408	46.98	277,007	53.02				3	1	Si			
41	Distrito Federal	Tlalpan	Muy bajo	607 545	434,679	196,799	45.27	237,880	54.73				2	3	Si			

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Índices de participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal de 2003					Medios Alternativos Utilizados								
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Part.	Abstención	% Abst.	Tortillerías	Pantallas Electrónicas	Autobuses urbanos	Carteleras Espectaculares	Esp. lúdicos	Inserciones e internet	Metro Doves/Trenes	Tren Suburbano Mensajes / Vagones	Metro bús Mensajes / Estaciones
42	Distrito Federal	Cuauhtémoc	Muy bajo	521 348	449,155	195,344	43.49	253,811	56.51				2	1	Si			
43	Distrito Federal	Venustiano Carranza	Muy bajo	447 459	391,334	171,232	43.76	220,102	56.24				2	1	Si			
44	Distrito Federal	Azcapotzalco	Muy bajo	425 298	377,486	181,084	47.97	196,402	52.03				1	1	Si			
45	Distrito Federal	Xochimilco	Muy bajo	404 458	255,666	105,425	41.24	150,241	58.76				1	1	Si			
46	Distrito Federal	Iztacalco	Muy bajo	395 025	336,758	147,698	43.86	189,060	56.14				1	1	Si			
47	Distrito Federal	Benito Juárez	Muy bajo	355 017	322,173	154,406	47.93	167,767	52.07				2	1	Si			
48	Distrito Federal	Miguel Hidalgo	Muy bajo	353 534	297,035	137,921	46.43	159,114	53.57				2	1	Si			
49	Distrito Federal	Tláhuac	Muy bajo	344 106	200,815	82,277	40.97	118,538	59.03				1	1	Si			
50	Distrito Federal	La Magdalena Contreras	Muy bajo	228 927	167,433	75,133	44.87	92,300	55.13				1	1	Si			
51	Distrito Federal	Cuajimalpa de Morelos	Muy bajo	173 625	105,488	48,103	45.6	57,385	54.4				1	1	Si			
52	Distrito Federal	Miipa Alta	Muy bajo	115 895	65,589	29,801	45.44	35,788	54.56					1	Si			
53	Durango	Durango	Muy bajo	526 659	329,751	125,541	38.07	204,210	61.93		3	Si	2	1	Si			
54	Durango	Gómez Palacio	Muy bajo	304 515	177,731	71,146	40.03	106,585	59.97			Si	1		Si			
55	Durango	Pueblo Nuevo	Alto	47 104	23,527	8,065	34.28	15,462	65.72	10					Si			
56	Durango	Cuencamé	Medio	31 616	21,233	6,066	28.57	15,167	71.43	5					Si			
57	Estado de México	Ecatepec de Morelos	Muy bajo	1 688 258	1,031,934	361,139	35	670,795	65		7	Si	2		Si			
58	Estado de México	Nezahualcóyotl	Muy bajo	1 140 528	900,754	340,570	37.81	560,184	62.19			Si	2		Si			
59	Estado de México	Naucalpan de Juárez	Muy bajo	821 442	617,227	232,225	37.62	385,002	62.38		5		1		Si			
60	Estado de México	Toluca	Muy bajo	747 512	424,437	177,410	41.8	247,027	58.2		5		1	1	Si			
61	Estado de México	Tlalnepantla de Baz	Muy bajo	683 808	523,840	213,407	40.74	310,433	59.26		5		3		Si			
62	Estado de México	Chimalhuacán	Bajo	525 389	252,836	81,701	32.31	171,135	67.69			Si	1		Si			
63	Estado de México	Cuautitlán Izcalli	Muy bajo	498 021	299,453	120,852	40.36	178,601	59.64		5		2		Si			
64	Estado de México	Ixtapaluca	Muy bajo	429 033	164,386	57,687	35.09	106,699	64.91				1		Si			
65	Estado de México	Valle de Chalco Solidaridad	Muy bajo	332 279	184,977	55,306	29.9	129,671	70.1			Si	1		Si			
66	Estado de México	Nicolás Romero	Muy bajo	306 516	177,290	57,701	32.55	119,589	67.45			Si	1		Si			
67	Estado de México	Ixtlahuaca	Medio	126 505	68,745	27,085	39.4	41,660	60.6	10					Si			
68	Estado de México	Almoloya de Juárez	Medio	126 163	61,013	21,118	34.61	39,895	65.39	10					Si			
69	Estado de México	San Felipe del Progreso	Alto	100 201	51,120	16,901	33.06	34,219	66.94	10					Si			
70	Estado de México	San José del Rincón	Alto	79 945	33,977	11,407	33.57	22,570	66.43	10					Si			
71	Estado de México	Villa Victoria	Alto	77 819	35,089	13,673	38.97	21,416	61.03	10					Si			
72	Estado de México	Temoaya	Alto	77 714	36,450	10,908	29.93	25,542	70.07	5					Si			
73	Estado de México	Jilotepec	Medio	71 624	39,768	17,489	43.98	22,279	56.02	5					Si			

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Índices de participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal de 2003					Medios Alternativos Utilizados								
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Part.	Abstención	% Abst.	Tortillerías	Pantallas Electrónicas	Autobuses urbanos	Carteleras Espectaculares	Esp. lúdicos	Inserciones e internet	Metro Doves/Trenes	Tren Suburbano Mensajes / Vagones	Metro bús Mensajes / Estaciones
74	Estado de México	Otzolotepec	Medio	67 611	32,497	10,002	30.78	22,495	69.22	10					Si			
75	Guanajuato	León	Muy bajo	1 278 087	733,937	375,298	51.13	358,639	48.87				4		Si			
76	Guanajuato	Irapuato	Muy bajo	463 103	285,945	136,276	47.66	149,669	52.34		3	Si	2		Si			
77	Guanajuato	Celaya	Muy bajo	415 869	256,090	115,748	45.2	140,342	54.8		3	Si	2		Si			
78	Guanajuato	Salamanca	Bajo	233 623	160,859	78,842	49.01	82,017	50.99			Si			Si			
79	Guanajuato	Guanajuato	Muy bajo	153 364	92,613	40,115	43.31	52,498	56.69		2			1	Si			
80	Guanajuato	San Miguel de Allende	Medio	139 297	82,048	44,005	53.63	38,043	46.37	15					Si			
81	Guanajuato	Pénjamo	Medio	138 157	100,203	42,138	42.05	58,065	57.95	15					Si			
82	Guanajuato	Dolores Hidalgo	Medio	134 641	77,586	38,143	49.16	39,443	50.84	10					Si			
83	Guanajuato	San Felipe	Alto	95 896	55,607	27,483	49.42	28,124	50.58	10					Si			
84	Guerrero	Acapulco de Juárez	Bajo	717 766	481,714	137,918	28.63	343,796	71.37		3	Si	3		Si			
85	Guerrero	Chilpancingo de los Bravo	Bajo	214 219	121,291	37,279	30.74	84,012	69.26			Si	1	1	Si			
86	Guerrero	Chilapa de Álvarez	Muy alto	105 146	63,258	24,096	38.09	39,162	61.91	20					Si			
87	Guerrero	Taxco de Alarcón	Medio	98 854	64,598	24,910	38.56	39,688	61.44	10					Si			
88	Guerrero	Coyuca de Benítez	Alto	69 064	42,534	13,117	30.84	29,417	69.16	10					Si			
89	Guerrero	Tlapa de Comonfort	Alto	65 763	34,132	10,376	30.4	23,756	69.6	10					Si			
90	Guerrero	Atoyac de Álvarez	Alto	58 452	36,759	12,796	34.81	23,963	65.19	10					Si			
91	Guerrero	Técpan de Galeana	Alto	57 848	38,743	12,219	31.54	26,524	68.46	10					Si			
92	Guerrero	Ayutla de los Libres	Muy alto	55 974	26,675	8,765	32.86	17,910	67.14	10					Si			
93	Guerrero	Ometepec	Alto	55 283	29,397	13,792	46.92	15,605	53.08	10					Si			
94	Guerrero	Teloloapan	Alto	51 659	34,179	11,395	33.34	22,784	66.66	10					Si			
95	Guerrero	San Marcos	Alto	44 959	27,579	7,528	27.3	20,051	72.7	10					Si			
96	Guerrero	Petatlán	Alto	44 485	27,880	8,543	30.64	19,337	69.36	10					Si			
97	Guerrero	Tecoanapa	Alto	42 619	21,845	6,626	30.33	15,219	69.67	5					Si			
98	Guerrero	Coyuca de Catalán	Alto	41 975	29,420	10,089	34.29	19,331	65.71	5					Si			
99	Guerrero	San Luis Acatlán	Muy alto	41 884	18,012	4,495	24.96	13,517	75.04	5					Si			
100	Guerrero	Eduardo Neri	Alto	40 328	23,091	8,867	38.4	14,224	61.6	5					Si			
101	Hidalgo	Pachuca de Soto	Muy bajo	275 578	168,653	72,967	43.26	95,686	56.74		6		1	1	Si			
102	Hidalgo	Huejutla de Reyes	Alto	115 786	61,228	28,226	46.1	33,002	53.9	20		Si			Si			
103	Hidalgo	Cuatepec de Hinojosa	Medio	45 527	29,801	10,168	34.12	19,633	65.88	10					Si			
104	Jalisco	Guadalajara	Muy bajo	1 600 940	1,239,835	673,036	54.28	566,799	45.72		5		5	1	Si	384 / 48		
105	Jalisco	Zapopan	Muy bajo	1 155 790	660,906	330,827	50.06	330,079	49.94				4		Si			

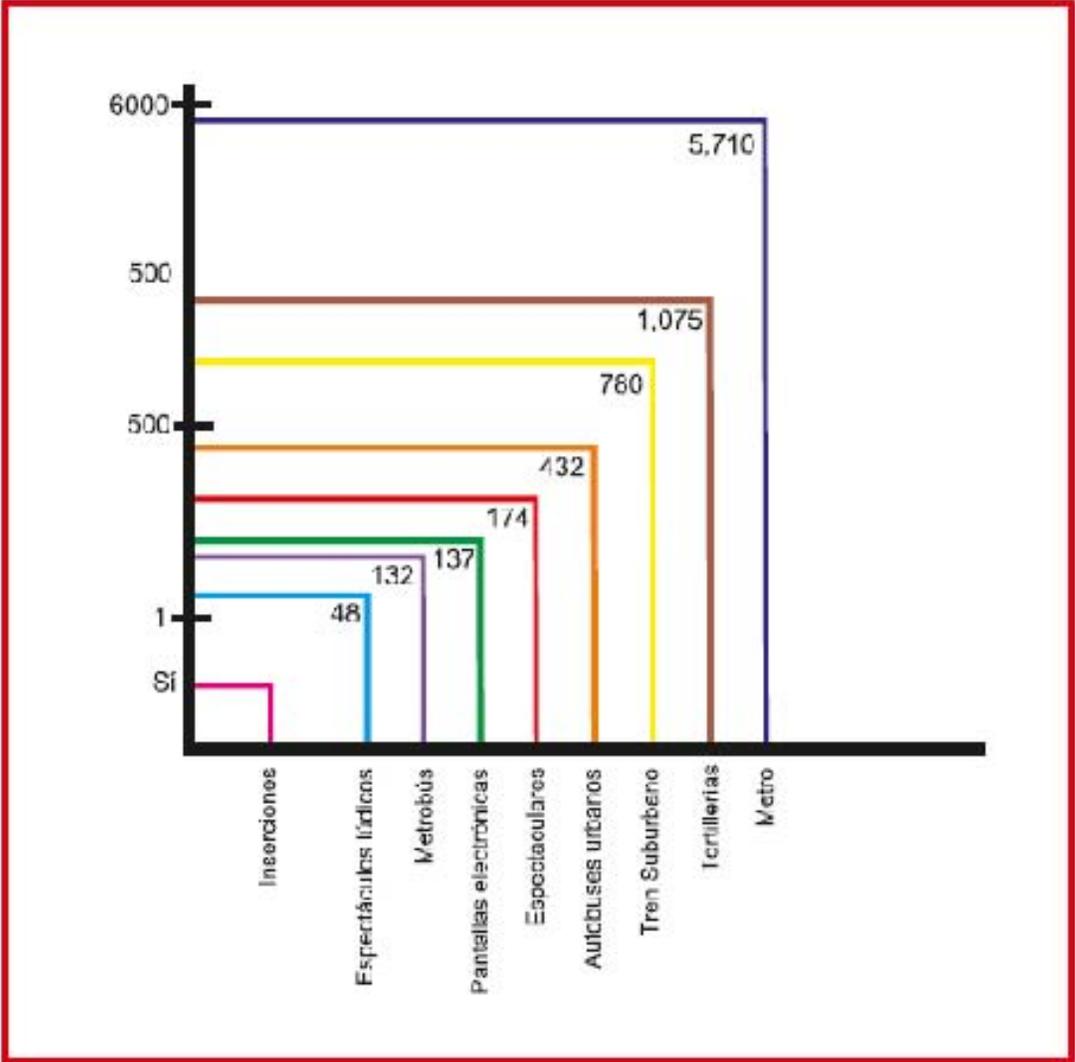
Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Índices de participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal de 2003					Medios Alternativos Utilizados								
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Part.	Abstención	% Abst.	Tortillerías	Pantallas Electrónicas	Autobuses urbanos	Carteleras Espectaculares	Esp. lúdicos	Inserciones e internet	Metro Doves/Trenes	Tren Suburbano Mensajes / Vagones	Metro bús Mensajes / Estaciones
106	Jalisco	Tlaquepaque	Muy bajo	563 006	295,994	145,457	49.14	150,537	50.86		3	Si			Si			
107	Jalisco	Tonalá	Muy bajo	408 729	179,106	91,517	51.1	87,589	48.9			Si			Si			
108	Jalisco	Ayotlán	Medio	35 150	22,155	13,372	60.36	8,783	39.64	5					Si			
109	Jalisco	Tomatlán	Medio	31 798	20,263	11,033	54.45	9,230	45.55	5					Si			
110	Michoacán	Morelia	Muy bajo	684 145	426,451	156,184	36.62	270,267	63.38			Si	2	1	Si			
111	Michoacán	Uruapan	Bajo	279 229	171,469	61,304	35.75	110,165	64.25				1		Si			
112	Michoacán	Zamora	Bajo	170 748	113,840	43,256	38	70,584	62			Si			Si			
113	Michoacán	Zitácuaro	Medio	136 491	87,670	35,623	40.63	52,047	59.37	20					Si			
114	Michoacán	CD Hidalgo	Medio	110 311	69,523	25,942	37.31	43,581	62.69	20					Si			
115	Michoacán	Maravatío	Medio	70 170	43,682	14,594	33.41	29,088	66.59	10					Si			
116	Michoacán	Puruándiro	Medio	64 590	51,149	17,506	34.23	33,643	65.77	10					Si			
117	Michoacán	Tacámbaro	Medio	59 920	38,597	15,271	39.57	23,326	60.43	10					Si			
118	Michoacán	Tarímbaro	Medio	51 479	23,707	6,479	27.33	17,228	72.67	10					Si			
119	Michoacán	Zinapécuaro	Medio	44 122	33,847	10,521	31.08	23,326	68.92	5					Si			
120	Michoacán	Huetamo	Alto	41 239	29,094	9,108	31.31	19,986	68.69	5					Si			
121	Morelos	Cuernavaca	Muy bajo	349 102	251,967	122,040	48.43	129,927	51.57		2	Si	2	1	Si			
122	Morelos	Jiutepec	Muy bajo	181 317	114,863	51,683	45	63,180	55			Si			Si			
123	Morelos	Axochiapan	Medio	30 576	20,430	10,047	49.18	10,383	50.82	5					Si			
124	Morelos	Tepalcingo	Medio	23 209	16,371	8,486	51.84	7,885	48.16	5					Si			
125	Nayarit	Tepic	Muy bajo	336 403	208,422	78,555	37.69	129,867	62.31			Si	3	1	Si			
126	Nayarit	Santiago Ixcuintla	Medio	84 314	67,139	22,250	33.14	44,889	66.86	20		Si			Si			
127	Nayarit	Rosamorada	Medio	32 217	23,491	9,894	42.12	13,597	57.88	5					Si			
128	Nuevo León	Monterrey	Muy bajo	1 133 814	834,936	449,717	53.86	385,219	46.14				4	1	Si	280 / 70		
129	Nuevo León	Guadalupe	Muy bajo	691 931	469,164	239,186	50.98	229,978	49.02			Si	2		Si			
130	Nuevo León	San Nicolás de los Garza	Muy bajo	476 761	358,842	195,161	54.39	163,681	45.61			Si	1		Si			
131	Nuevo León	Apodaca	Muy bajo	418 784	174,678	85,611	49.01	89,067	50.99			Si			Si			
132	Nuevo León	Galeana	Medio	38 930	24,910	14,485	58.15	10,425	41.85	5					Si			
133	Nuevo León	Dr. Arroyo	Alto	33 269	21,536	11,384	52.86	10,152	47.14	5					Si			
134	Oaxaca	Oaxaca de Juárez	Muy bajo	265 006	185,715	75,379	40.59	110,336	59.41			Si	1	1	Si			
135	Oaxaca	San Juan Bautista Tuxtepec	Bajo	144 555	85,081	34,941	41.07	50,140	58.93			Si			Si			
136	Oaxaca	Juchitán de Zaragoza	Medio	85 869	52,559	19,472	37.05	33,087	62.95	20		Si			Si			

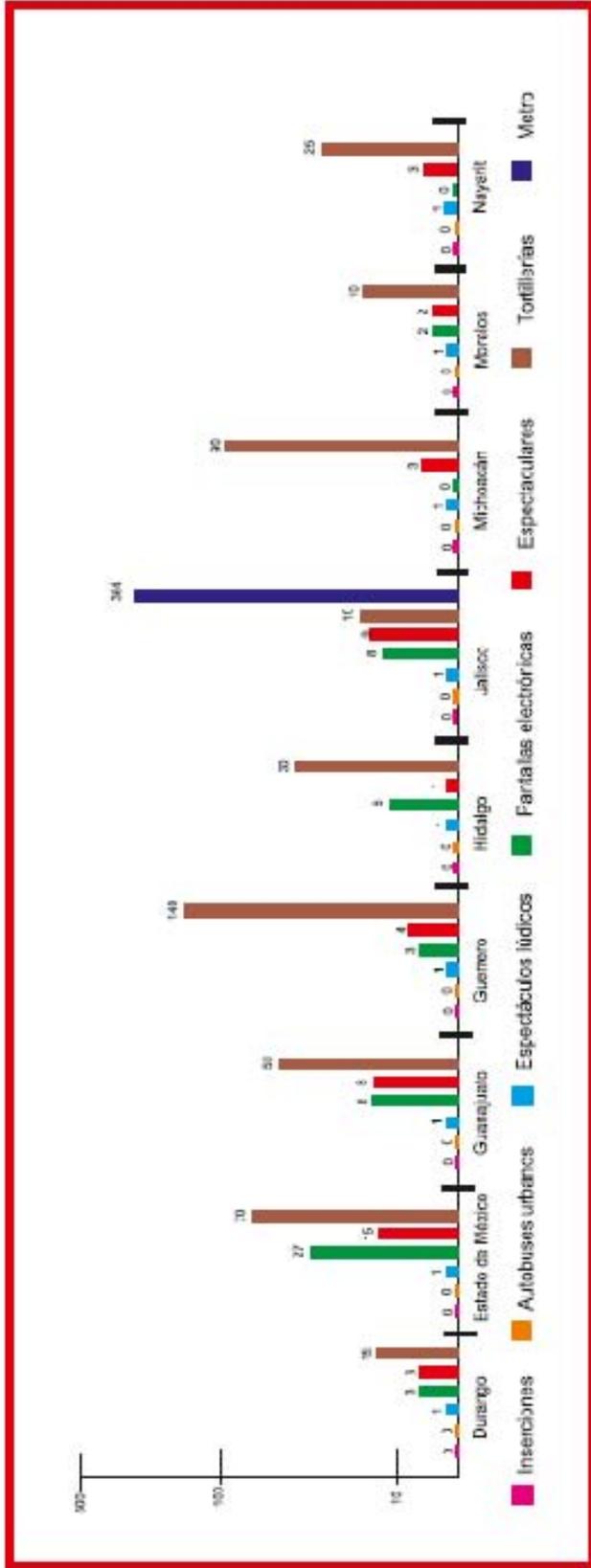
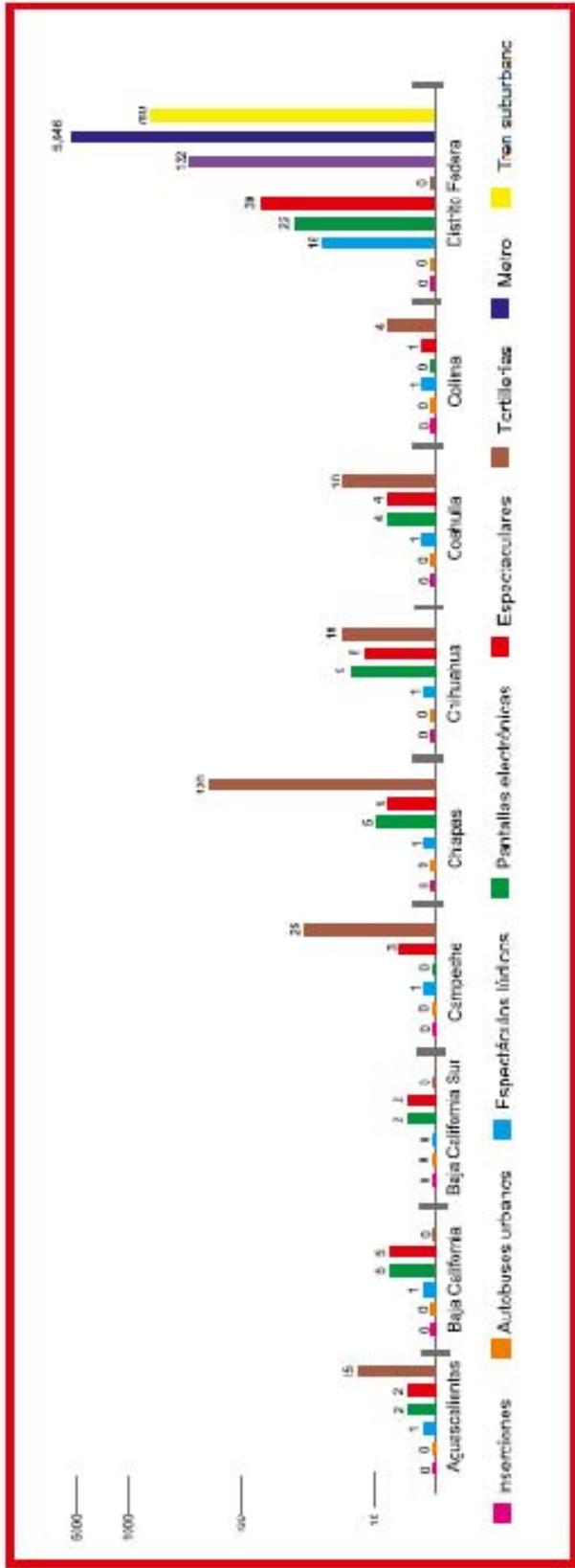
Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Índices de participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal de 2003					Medios Alternativos Utilizados								
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Part.	Abstención	% Abst.	Tortillerías	Pantallas Electrónicas	Autobuses urbanos	Carteleras Espectaculares	Esp. lúdicos	Inserciones e internet	Metro Doves/Trenes	Tren Suburbano Mensajes / Vagones	Metro bús Mensajes / Estaciones
137	Oaxaca	Santo Domingo Tehuantepec	Medio	57 163	35,411	14,229	40.18	21,182	59.82	10					Si			
138	Oaxaca	Santiago Pinotepa Nacional	Alto	44 441	25,981	9,906	38.13	16,075	61.87	6					Si			
139	Oaxaca	Acatlán de Pérez Figueroa	Alto	42 347	27,124	10,545	38.88	16,579	61.12	5					Si			
140	Oaxaca	Villa de Tututepec de Melchor Ocampo	Alto	40 767	24,717	10,070	40.74	14,647	59.26	5					Si			
141	Oaxaca	Loma Bonita	Medio	39 166	24,687	7,547	30.57	17,140	69.43	5					Si			
142	Oaxaca	San Pedro Pochutla	Alto	38 798	21,534	8,497	39.46	13,037	60.54	5					Si			
143	Oaxaca	Matías Romero Avendaño	Medio	38 421	24,546	7,508	30.59	17,038	69.41	5					Si			
144	Oaxaca	San Miguel Soyaltepec	Alto	34 842	19,551	11,126	56.91	8,425	43.09	5					Si			
145	Oaxaca	Heroica Ciudad de Tlaxiaco	Medio	34 587	18,822	7,131	37.89	11,691	62.11	5					Si			
146	Oaxaca	San Pedro Mixtepec	Medio	33 682	19,779	10,339	52.27	9,440	47.73	5					Si			
147	Oaxaca	Santiago Juxtlahuaca	Alto	33 401	16,425	6,460	39.33	9,965	60.67	5					Si			
148	Oaxaca	Santa María Huatulco	Medio	33 194	16,853	5,761	34.18	11,092	65.82	5					Si			
149	Oaxaca	Miahuatlán de Porfirio Díaz	Alto	32 185	21,691	7,324	33.77	14,367	66.23	5					Si			
150	Oaxaca	Huautla de Jiménez	Muy alto	31 829	17,555	8,250	47	9,305	53	5					Si			
151	Puebla	Puebla	Muy bajo	1 485 941	923,432	379,713	41.12	543,719	58.88		3	Si	4	1	Si			
152	Puebla	Tehuacán	Bajo	260 923	139,239	48,321	34.7	90,918	65.3			Si	1		Si			
153	Puebla	Huachinango	Medio	90 846	50,721	19,887	39.21	30,834	60.79	20					Si			
154	Puebla	Xicotepec	Medio	71 454	38,415	15,074	39.24	23,341	60.76	10					Si			
155	Puebla	Zacatlán	Medio	69 833	39,521	13,738	34.76	25,783	65.24	10					Si			
156	Puebla	Izúcar de Matamoros	Medio	69 413	46,477	15,686	33.75	30,791	66.25	10					Si			
157	Querétaro	Querétaro	Muy bajo	734 139	430,030	248,637	57.82	181,393	42.18		5		1	1	Si			
158	Querétaro	San Juan del Río	Muy bajo	208 462	121,218	62,106	51.23	59,112	48.77			Si			Si			
159	Querétaro	Cadereyta de Montes	Alto	57 204	33,605	17,055	50.75	16,550	49.25	10		Si			Si			
160	Querétaro	Amealco de Bonfil	Alto	56 457	32,253	16,915	52.44	15,338	47.56	5					Si			
161	Quintana Roo	Benito Juárez	Muy bajo	572 973	268,274	70,108	26.13	198,166	73.87				4		Si			
162	Quintana Roo	Othón P. Blanco	Bajo	219 763	131,455	50,781	38.63	80,674	61.37			Si	4	1	Si			
163	Quintana Roo	Felipe Carrillo Puerto	Alto	65 373	33,602	16,762	49.88	16,840	50.12	10					Si			

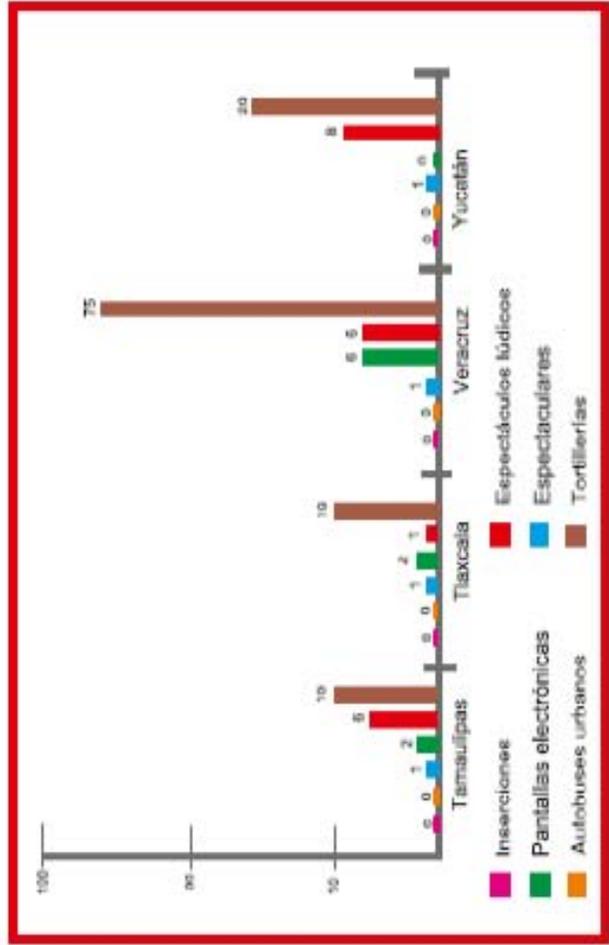
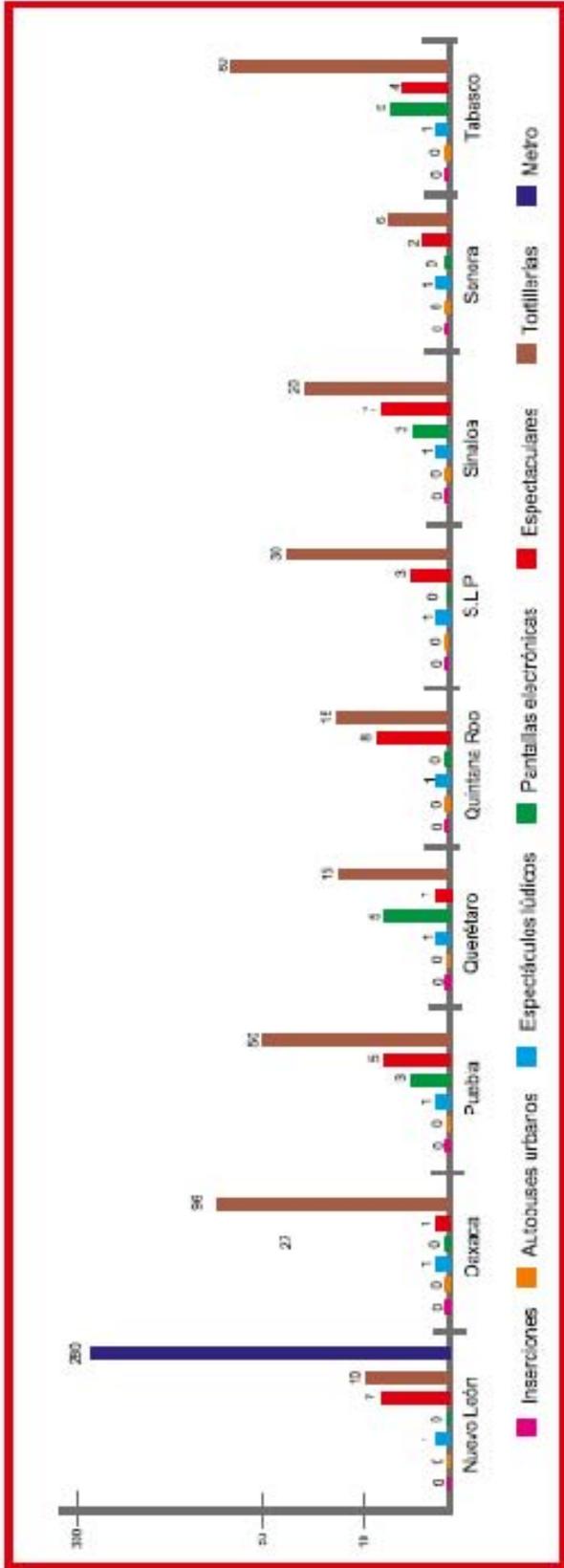
Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Índices de participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal de 2003					Medios Alternativos Utilizados								
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Part.	Abstención	% Abst.	Tortillerías	Pantallas Electrónicas	Autobuses urbanos	Carteles Espectaculares	Esp. lúdicos	Inserciones e internet	Metro Doves/Trenes	Tren Suburbano Mensajes / Vagones	Metro bús Mensajes / Estaciones
164	Quintana Roo	José María Morelos	Alto	32 746	17,203	9,657	56.14	7,546	43.86	5					Si			
165	San Luis Potosí	San Luis Potosí	Muy bajo	730 950	439,409	195,123	44.41	244,286	55.59			Si	3	1	Si			
166	San Luis Potosí	Soledad de Graciano Sánchez	Muy bajo	226 803	109,724	43,983	40.09	65,741	59.91			Si			Si			
167	San Luis Potosí	Tamazunchale	Alto	93 811	50,237	21,385	42.57	28,852	57.43	20					Si			
168	San Luis Potosí	Rioverde	Medio	85 945	59,613	26,732	44.84	32,881	55.16	10					Si			
169	Sinaloa	Culiacán	Muy bajo	793 730	469,434	175,899	37.47	293,535	62.53		2	Si	4	1	Si			
170	Sinaloa	Mazatlán	Muy bajo	403 888	258,281	101,211	39.19	157,070	60.81		1		1		Si			
171	Sinaloa	Ahome	Muy bajo	388 344	233,873	84,155	35.98	149,718	64.02			Si	2		Si			
172	Sinaloa	El Fuerte	Medio	92 585	61,122	28,249	46.22	32,873	53.78	10					Si			
173	Sinaloa	Sinaloa	Alto	85 017	53,445	28,740	53.77	24,705	46.23	10					Si			
174	Sonora	Hermosillo	Muy bajo	701 838	402,796	217,619	54.03	185,177	45.97			Si	2	1	Si			
175	Sonora	Etchojoa	Medio	55 697	36,567	21,556	58.95	15,011	41.05	5					Si			
176	Tabasco	Centro Villahermosa	Muy bajo	558 524	356,606	127,172	35.66	229,434	64.34		5	Si	3	1	Si			
177	Tabasco	Cárdenas	Medio	219 563	129,898	45,727	35.2	84,171	64.8	20		Si	1		Si			
178	Tabasco	Comalcalco	Medio	173 773	102,861	50,370	48.97	52,491	51.03	20					Si			
179	Tabasco	Huimanguillo	Alto	163 462	92,987	37,042	39.84	55,945	60.16	20					Si			
180	Tabasco	Macuspana	Medio	142 954	86,140	35,525	41.24	50,615	58.76	10					Si			
181	Tabasco	Cunduacán	Medio	112 036	64,044	25,100	39.19	38,944	60.81	10					Si			
182	Tamaulipas	Reynosa	Muy bajo	526 888	319,574	112,050	35.06	207,524	64.94				1		Si			
183	Tamaulipas	Matamoros	Muy bajo	462 157	311,381	114,299	36.71	197,082	63.29				1		Si			
184	Tamaulipas	Nuevo Laredo	Muy bajo	355 827	231,503	83,595	36.11	147,908	63.89				2		Si			
185	Tamaulipas	Tampico	Muy bajo	303 924	218,899	94,677	43.25	124,222	56.75		2				Si			
186	Tamaulipas	Victoria	Muy bajo	293 044	176,407	75,176	42.62	101,231	57.38			Si	1	1	Si			
187	Tamaulipas	Ciudad Madero	Muy bajo	193 045	136,987	53,753	39.24	83,234	60.76			Si	1		Si			
188	Tamaulipas	Altamira	Muy bajo	162 628	82,365	32,201	39.1	50,164	60.9			Si			Si			
189	Tamaulipas	González	Medio	40 946	27,414	13,225	48.24	14,189	51.76	5					Si			
190	Tamaulipas	Aldama	Medio	27 676	17,655	9,265	52.48	8,390	47.52	5					Si			
191	Tlaxcala	Tlaxcala	Muy bajo	83 748	49,267	18,192	36.93	31,075	63.07		1		1	1	Si			
192	Tlaxcala	Apizaco	Muy bajo	73 097	48,460	17,422	35.95	31,038	64.05		1				Si			
193	Tlaxcala	Tlaxco	Medio	36 506	21,314	8,820	41.38	12,494	58.62	5					Si			
194	Tlaxcala	Nativitas	Medio	21 863	13,553	3,710	27.37	9,843	72.63	5					Si			

Fuente: Población total de acuerdo a los Índices de Marginación de CONAPO y el II Censo de Población y Vivienda 2005 del INEGI					Índices de participación Ciudadana en el Proceso Electoral Federal de 2003					Medios Alternativos Utilizados								
No.	Entidad	Municipio	Grado de Marginación	Población total	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Part.	Abstención	% Abst.	Tortillerías	Pantallas Electrónicas	Autobuses urbanos	Carteles Espectaculares	Esp. lúdicos	Inserciones e internet	Metro Doves / Trenes	Tren Suburbano Mensajes / Vagones	Metro bús Mensajes / Estaciones
195	Tlaxcala	Tenancingo	Bajo	10 632	7,352	1,625	22.1	5,727	77.9			Si			Si			
196	Tlaxcala	San Juan Huactzinco	Bajo	6 577	3,515	663	18.86	2,852	81.14			Si			Si			
197	Tlaxcala	Santa Isabel Xiloxotla	Medio	4 118	2,105	334	15.87	1,771	84.13			Si			Si			
198	Veracruz	Veracruz	Muy bajo	512 310	329,107	129,635	39.39	199,472	60.61			Si	2		Si			
199	Veracruz	Xalapa	Muy bajo	413 136	272,139	98,494	36.19	173,645	63.81		3	Si	2	1	Si			
200	Veracruz	Coatzacoalcos	Muy bajo	280 363	186,525	70,827	37.97	115,698	62.03			Si	2		Si			
201	Veracruz	Córdoba	Bajo	186 623	123,750	57,322	46.32	66,428	53.68		3				Si			
202	Veracruz	Papantla	Alto	152 863	96,646	45,200	46.77	51,446	53.23	20					Si			
203	Veracruz	San Andrés Tuxtla	Alto	148 447	91,715	36,920	40.26	54,795	59.74	20					Si			
204	Veracruz	Álamo Temapache	Alto	100 790	63,053	26,493	42.02	36,560	57.98	15					Si			
205	Veracruz	Tantoyuca	Muy alto	97 949	51,101	23,387	45.77	27,714	54.23	20					Si			
206	Yucatán	Mérida	Muy bajo	781 146	469,746	219,015	46.62	250,731	53.38			Si	8	1	Si			
207	Yucatán	Tizimín	Alto	69 553	36,854	18,677	50.68	18,177	49.32	10		Si			Si			
208	Yucatán	Valladolid	Medio	68 863	35,728	20,201	56.54	15,527	43.46	10		Si			Si			
209	Zacatecas	Fresnillo	Bajo	196 538	121,622	52,220	42.94	69,402	57.06		2	Si	3		Si			
210	Zacatecas	Zacatecas	Muy bajo	132 035	85,604	36,492	42.63	49,112	57.37		1	Si	5	1	Si			
211	Zacatecas	Guadalupe	Muy bajo	129 387	68,543	28,115	41.02	40,428	58.98		2				Si			
212	Zacatecas	Pinos	Alto	66 174	37,875	20,332	53.68	17,543	46.32	10					Si			
213	Zacatecas	Valparaíso	Medio	32 499	26,296	10,944	41.62	15,352	58.38	5					Si			
										1,075	137	432	174	48		5,710 / 410	780 / 80	132 / 36

A continuación se muestran las gráficas en las cuales se muestran todos los medios utilizados por cada entidad federativa, así como el número de veces que fueron contratados.







3.3 Comparativo de la participación ciudadana 2003 – 2009⁵³

Una vez finalizado el proceso electoral federal de 2009, se realizó un cuadro comparativo con el proceso electoral federal de 2003 en donde claramente puede observarse que la participación ciudadana en los comicios de 2009 subió 3% con respecto a la de 2003.

No.	Entidad	2003				2009			
		Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Participación	Abstención	Lista Nominal	Participación Ciudadana	% Participación	Abstención
1	Aguascalientes	630,363	262,103	41.57	368,460	325,669	42.46%	444,301	57.52%
2	Baja California	1,769,264	552,936	31.25	1,216,328	669,566	30.57%	1,595,268	69.43%
3	Baja California Sur	287,018	107,689	37.52	179,329	126,761	33.74%	264,535	66.26%
4	Campeche	430,828	267,670	62.13	163,158	325,675	62.54%	206,828	37.46%
5	Coahuila	1,544,905	513,149	33.22	1,031,756	807,051	44.45%	1,036,061	55.55%
6	Colima	366,070	202,423	55.30	163,647	268,793	59.93%	182,648	40.07%
7	Chiapas	2,312,319	735,529	31.81	1,576,790	1,108,402	39.51%	1,740,342	60.49%
8	Chihuahua	2,183,966	760,122	34.80	1,423,844	793,672	32.50%	1,769,713	67.50%
9	Distrito Federal	6,712,664	2,947,254	43.91	3,765,410	2,998,273	41.22%	4,292,836	58.78%
10	Durango	955,312	366,372	38.35	588,940	463,786	47.90%	678,368	58.10%
11	Guanajuato	3,075,635	1,507,187	49.00	1,568,448	1,759,623	47.51%	1,975,764	52.49%
12	Guerrero	1,907,079	634,724	33.28	1,272,355	739,183	32.38%	1,564,564	67.62%
13	Hidalgo	1,461,268	562,718	38.51	898,550	766,964	43.11%	1,015,634	56.89%
14	Jalisco	4,269,184	2,324,443	54.45	1,944,741	2,631,756	51.78%	2,469,207	48.22%
15	México est.	8,259,141	3,011,488	36.46	5,247,653	5,075,713	51.20%	4,911,514	48.80%
16	Michoacán	2,669,665	917,881	34.38	1,751,804	1,045,971	33.18%	2,154,017	66.82%
17	Morelos	1,068,880	515,558	48.23	553,322	629,758	49.36%	651,741	50.64%
18	Nayarit	613,067	228,924	37.34	384,163	304,898	42.34%	427,806	57.66%
19	Nuevo León	2,677,341	1,427,055	53.30	1,250,286	1,692,853	53.35%	1,510,836	46.65%
20	Oaxaca	2,108,313	821,332	38.96	1,286,981	1,027,025	41.27%	1,476,454	58.73%
21	Puebla	3,078,860	1,160,249	37.68	1,918,611	1,410,842	38.00%	2,329,626	62.00%
22	Queretaro	909,830	517,717	56.90	392,113	675,395	58.79%	475,852	41.21%
23	Quintana Roo	562,217	188,454	33.52	373,763	291,691	37.31%	517,701	62.69%
24	San Luis Potosí	1,432,428	644,895	45.01	787,533	940,984	54.68%	782,589	45.32%
25	Sinaloa	1,614,239	652,459	40.42	961,780	751,196	41.17%	1,103,347	58.83%
26	Sonora	1,510,547	794,420	52.59	716,127	901,485	50.56%	920,478	49.44%
27	Tlaxasco	1,201,551	492,970	41.03	708,581	584,514	40.57%	867,597	59.43%
28	Tamaulipas	1,994,744	799,054	40.06	1,195,690	980,303	41.10%	1,443,464	58.90%
29	Tlaxcala	630,645	210,835	33.43	419,810	277,953	36.26%	491,711	63.72%
30	Veracruz	4,500,029	1,925,720	42.79	2,574,301	2,460,365	47.54%	2,736,531	52.46%
31	Yucatán	1,064,181	526,894	49.51	537,287	701,091	56.01%	574,396	43.99%
32	Zacatecas	908,803	388,339	42.73	520,464	418,677	44.61%	607,950	55.39%
	Total	64,740,506	26,968,371	41.66%	37,742,225	34,016,108	44.68%	43,234,365	55.32%

⁵³ Fuente 2000- 2006. URL: http://www.ife.org.mx/porta/site/ifev2/Participacion_Ciudadana/ y Fuente 2009: http://prep2009.ife.org.mx/REP2009/index_prep2009.html Consultado el 25 de mayo de 2012.

3.4 Evaluación de la Campaña Institucional Nuestra Democracia Crece

Para conocer el impacto de los materiales de promoción de la participación ciudadana impartidos mediante talleres, se realizó internamente una evaluación en donde las Juntas Locales Ejecutivas seleccionaron una muestra de Distritos Electorales de todas las entidades y en cada uno de ellos aplicaron un cuestionario a un grupo de personas que previamente habían conocido los materiales que se difundieron en su distrito. Si bien los resultados de esta autoevaluación con grupos focales mostraron un sesgo favorable a los materiales evaluados, el objetivo fundamental era que los vocales locales y distritales conocieran directamente la reacción de los ciudadanos y recopilaron evidencias de utilidad para que la Dirección de Educación Cívica y Participación Ciudadana (DECYPC) mejore el diseño de los materiales.

Los VLCEYEC afirmaron haber trabajado con 160 grupos focales en igual número de distritos, registrando una participación de 1,718 personas: 73% mujeres y 27% hombres. El promedio de edad de los (las) participantes fue de 37 años.

La frecuencia de la valoración fue la siguiente: en 84% de los grupos focales se obtuvo la valoración “muy satisfactorios”; en 13%, “satisfactorios”; y “poco satisfactorios” en el restante 3%.

Con base en lo anterior se puede afirmar que la aplicación de éste Programa cumplió con sus ceñidos objetivos planteados. No obstante, el IFE debería mantener permanentemente este tipo de programas, no solamente cercano a un proceso electoral y solamente con estos sectores de la población, sino que debe de dar apertura a más gente, incluyendo a los adolescentes con la finalidad de que se vayan formando la cultura de la Educación Cívica y la Participación Ciudadana por bien del país.

Con respecto a la difusión de la Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana en medios alternativos que tuvo como finalidad de reforzar lo transmitido en radio y televisión durante el periodo de campaña electoral, se contrató a la empresa Parametría la cual realizó durante los meses de septiembre y octubre de 2009 la evaluación cuantitativa de los mensajes. Ésta tuvo como objetivo evaluar el impacto, recordación y percepción de los mensajes emitidos durante el proceso electoral federal 2008-2009, así como conocer las características que permitieran reforzar los mensajes que fueron aceptados, comprendidos y empáticos entre la población, y aquéllas que ayudaran a reorientar las estrategias de comunicación para alcanzar mejores resultados de eficiencia y calidad de los mensajes.

Los objetivos específicos que evaluaron fueron los siguientes:

- Conocimiento, recordación y asimilación de los mensajes de las subcampañas.
- Elementos recordados de los mensajes de televisión y radio.
- Evaluar los elementos recordados de los mensajes en medios alternativos.
- Evaluar el mensaje en cuanto a:
 - Comprensión / claridad, Credibilidad e Impacto
- Evaluar la identificación del público objetivo con el mensaje.
- Evaluar el llamado a la acción.
- Evaluar la imagen y el posicionamiento del Instituto ante el público objetivo.

Con base en esto, la empresa Parametría entregó un resumen ejecutivo de la Evaluación de la Campaña de Difusión 2009⁵⁴ con los resultados obtenidos durante la investigación, mismos que fueron del conocimiento del consejero

⁵⁴ Estudios Cualitativos y Cuantitativos de las campañas institucionales. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Evaluacion_cuantitativa_de_campanas_institucionales/;jsessionid=FnW2JTjYd99TGs10QCqwGgBVvSSb9StyWclLSCMpYy4sLJWHYlyTR!-685843552!NONE Consultado: 7 de mayo de 2012.

presidente, consejeros electorales, representantes de los partidos políticos, consejeros del poder legislativo (integrantes de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica) así como al secretario ejecutivo y a la coordinación nacional de comunicación social para su respectivo análisis y posteriormente para hacerlos del conocimiento del público en general.

Algunos de los resultados⁵⁵ más sobresalientes que arrojó dicha evaluación fueron los siguientes:

1. El aceptable nivel de recordación registrado de la publicidad difundida por el IFE a través de los distintos medios alternativos que fueron empleados, indica que habrá que seguir utilizándolos en posteriores elecciones, aunque se recomienda ser más selectivos en los mensajes que se pretenden comunicar según el tipo de población a la que se dirijan.
2. Por ejemplo, las personas que viven en los municipios donde se hizo la difusión a través de carteleras, autobuses, metro, metrobús o tren suburbano; se caracterizan por ser muy críticas de las instituciones, por lo que mensajes relacionados con la rendición de cuentas de los partidos ante el IFE, el monitoreo de spots, imparcialidad del IFE en las elecciones y la confiabilidad en los resultados habrían contribuido un poco más.
3. Aunque algunos de estos temas, más que comunicarlos a través de un mensaje, se tendrían que argumentar sólidamente cuando sean llevados a los medios de comunicación.
4. En el caso del mensaje "Nuestra democracia crece", la frase no resultó creíble para más del 50% de los entrevistados. Parte del problema es que alrededor de la mitad de la gente no cree que México sea una democracia, y para este sector de la población la frase pierde credibilidad. Quizá habría

⁵⁵ Idem

sido más conveniente un mensaje que explicara "Porque México es una Democracia" y cómo el IFE y los ciudadanos han ayudado a construirla.

5. En cuanto a la campaña relacionada con los distintos aspectos que involucran a los funcionarios de casilla a motivarlos a aceptar ser funcionario de casilla en caso de haber sido seleccionado, la preparación y la asistencia puntual el día del evento- se evalúa como muy positiva. De hecho, las personas que vieron alguno de estos spots por televisión, muestran mayor disposición a ser funcionario de casilla. Por ello, se recomienda continuar con este tipo de campaña.
6. En términos generales, las campañas del IFE para motivar a los electores para que acudan a votar, acepten ser funcionarios de casilla o razonen su voto deben seguir, pero cuidando el mensaje según el tipo de público.

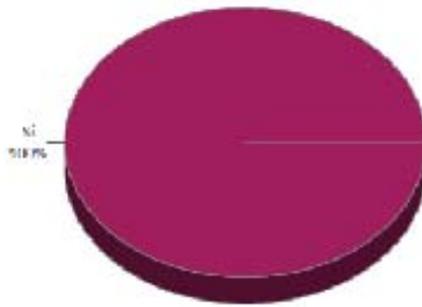
A continuación se muestran varios cuadros que formaron parte de la evaluación de la empresa Parametría en donde se muestra la metodología que se utilizó así como los resultados que arrojó dicha evaluación.

Tipo de estudio		Método de recolección de datos																					
Procedimiento científico		Aplicación de encuesta personal																					
Objetivo de investigación		Validación de base y desarrollo de BPS																					
Fecha de levantamiento		Del 28 de agosto al 17 de septiembre de 2008																					
Población objetivo		Mujeres de 18 años que al momento de la entrevista residen en el lugar de origen																					
Marco muestral para grupo 1 (ruralidad)		Unidad de censales donde se utilice publicidad alternativa																					
Marco muestral para grupo 2 y 3		Sección censales reportadas por el IFE																					
Método de selección de las unidades elementales		Sistemático aleatorio con probabilidades de selección proporcional a su tamaño																					
Método de selección de viviendas		Sistemático con arranque aleatorio simple																					
Método de selección de unidades de observación		Aleatorio simple																					
		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Grupo</th> <th>Concepto</th> <th>Número de casos</th> <th>Porcentaje muestral respecto a 100% de unidades censales</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grupo 1</td> <td>Mujeres que viven en viviendas marginales en Tandilero</td> <td>300</td> <td>(6%) 3.4%</td> </tr> <tr> <td>Grupo 2</td> <td>Mujeres que viven en zonas de pobreza en los barrios marginales, marginales, rurales, marginales y zona suburbana</td> <td>400</td> <td>(8%) 4.5%</td> </tr> <tr> <td>Grupo 3</td> <td>Mujeres que viven en viviendas marginales (propiedad privada)</td> <td>300</td> <td>(6%) 3.4%</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td></td> <td>1000</td> <td>(16%) 4.4%</td> </tr> </tbody> </table>		Grupo	Concepto	Número de casos	Porcentaje muestral respecto a 100% de unidades censales	Grupo 1	Mujeres que viven en viviendas marginales en Tandilero	300	(6%) 3.4%	Grupo 2	Mujeres que viven en zonas de pobreza en los barrios marginales, marginales, rurales, marginales y zona suburbana	400	(8%) 4.5%	Grupo 3	Mujeres que viven en viviendas marginales (propiedad privada)	300	(6%) 3.4%	Total		1000	(16%) 4.4%
Grupo	Concepto	Número de casos	Porcentaje muestral respecto a 100% de unidades censales																				
Grupo 1	Mujeres que viven en viviendas marginales en Tandilero	300	(6%) 3.4%																				
Grupo 2	Mujeres que viven en zonas de pobreza en los barrios marginales, marginales, rurales, marginales y zona suburbana	400	(8%) 4.5%																				
Grupo 3	Mujeres que viven en viviendas marginales (propiedad privada)	300	(6%) 3.4%																				
Total		1000	(16%) 4.4%																				
		Personal involucrado en el proyecto: <table border="1"> <tbody> <tr> <td>Director de Proyecto</td> <td>José Alberto Vera</td> </tr> <tr> <td>Director de ejecución</td> <td>José Alberto Vera</td> </tr> <tr> <td>Director de servicios</td> <td>Eduar Melero</td> </tr> <tr> <td>Custodio de datos</td> <td>Yusmir Rodríguez</td> </tr> <tr> <td>Gráficas</td> <td>Alva Santiago</td> </tr> </tbody> </table>		Director de Proyecto	José Alberto Vera	Director de ejecución	José Alberto Vera	Director de servicios	Eduar Melero	Custodio de datos	Yusmir Rodríguez	Gráficas	Alva Santiago										
Director de Proyecto	José Alberto Vera																						
Director de ejecución	José Alberto Vera																						
Director de servicios	Eduar Melero																						
Custodio de datos	Yusmir Rodríguez																						
Gráficas	Alva Santiago																						
<p>Los resultados presentados en este informe valdrán para representar la opinión de la población estudiada en la fecha específica del levantamiento de datos.</p>																							

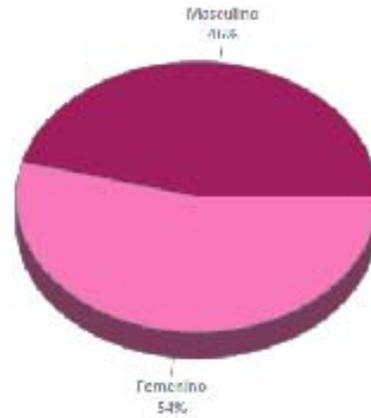


Composición de la Muestra

¿Tiene usted credencial de elector para votar?



Género

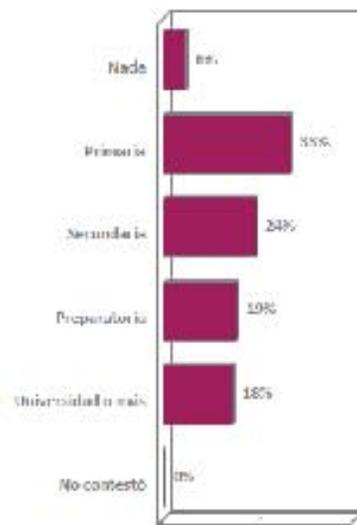


Fuente Paramétrica: Encuesta en vivienda / 1209 casos / Error (+/-) 1.28 % / Del 28 de Agosto al 2 de Septiembre del 2009

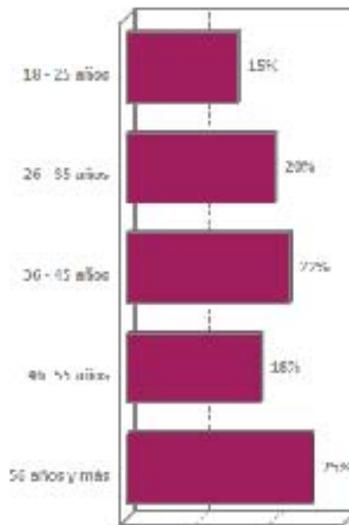


Composición de la Muestra

¿Hasta qué año estudió usted?



Edad



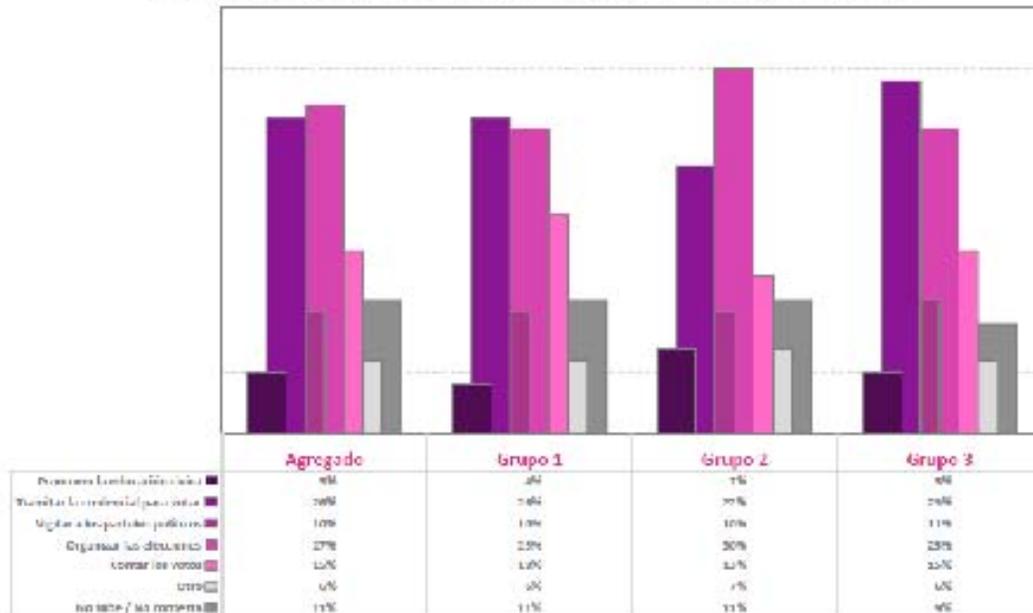
Fuente Paramétrica: Encuesta en vivienda / 1209 casos / Error (+/-) 1.28 % / Del 28 de Agosto al 2 de Septiembre del 2009





Principal función del IFE

Con lo que usted sabe o ha escuchado, ¿cuál es la función principal del Instituto Federal Electoral?



Fuente: Encuesta por muestra en México / 1,200 casos / Error (±) 2.5% / Del 28 de agosto al 2 de Septiembre del 2009



Desempeño del IFE

Por lo que usted sabe o ha escuchado, ¿cómo calificaría el desempeño actual del IFE en los siguientes aspectos: muy bien, bien, mal o muy mal?



Método: Encuesta por muestra / "Por lo que usted sabe o ha escuchado"

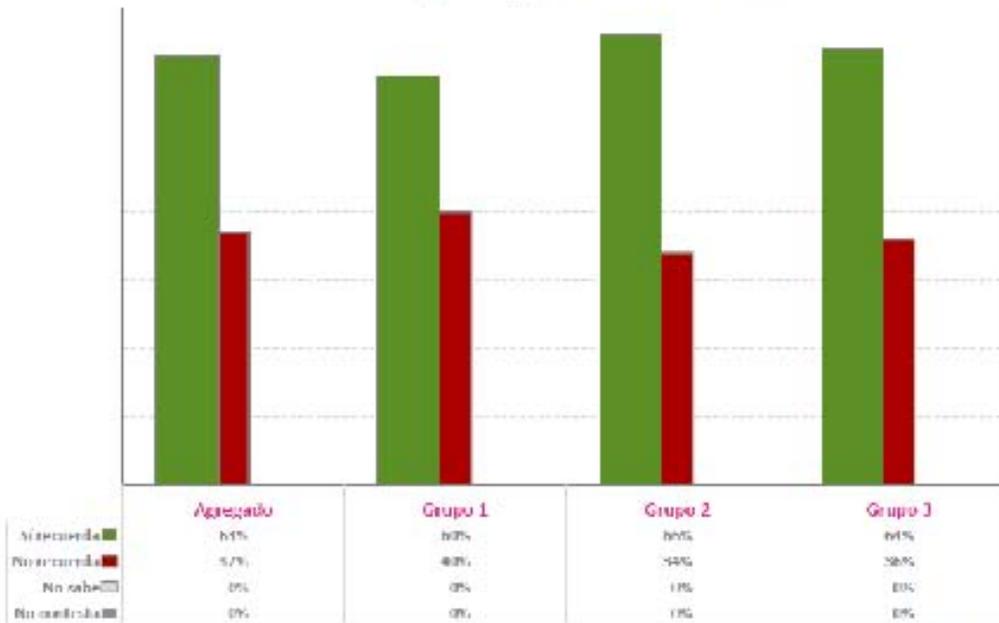
Fuente: Encuesta por muestra en México / 1,200 casos / Error (±) 2.5% / Del 28 de agosto al 2 de Septiembre del 2009





Publicidad del IFE vista en los últimos meses

¿Recuerda haber visto u oído algún mensaje publicitario del IFE en los últimos meses?

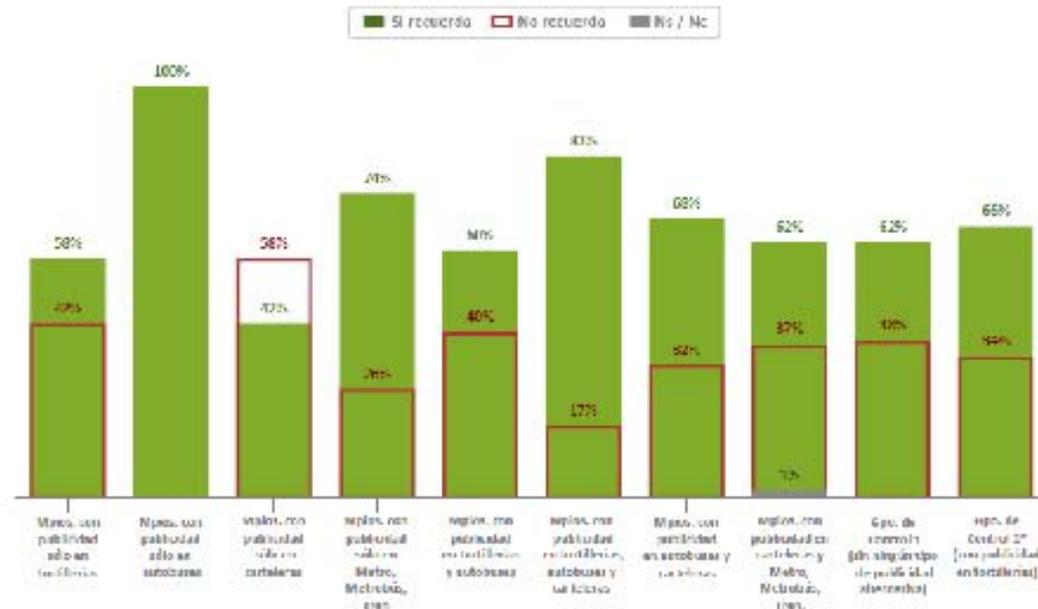


Fuente: Encuesta por muestra en Venezuela / 1200 personas / entre el 14 de Agosto al 7 de Septiembre del 2011



Publicidad del IFE vista en los últimos meses vs. Tipo de Publicidad

¿Recuerda haber visto u oído algún mensaje publicitario del IFE en los últimos meses?



* El caso de Control y Monitoreo de la calidad publicitaria electoral en las elecciones nacionales en el mes de octubre de 2011. Se muestra en azul en el gráfico en la parte superior de cada barra.

Fuente: Encuesta por muestra en Venezuela / 1.200 personas / entre el 14 de Agosto al 7 de Septiembre del 2011

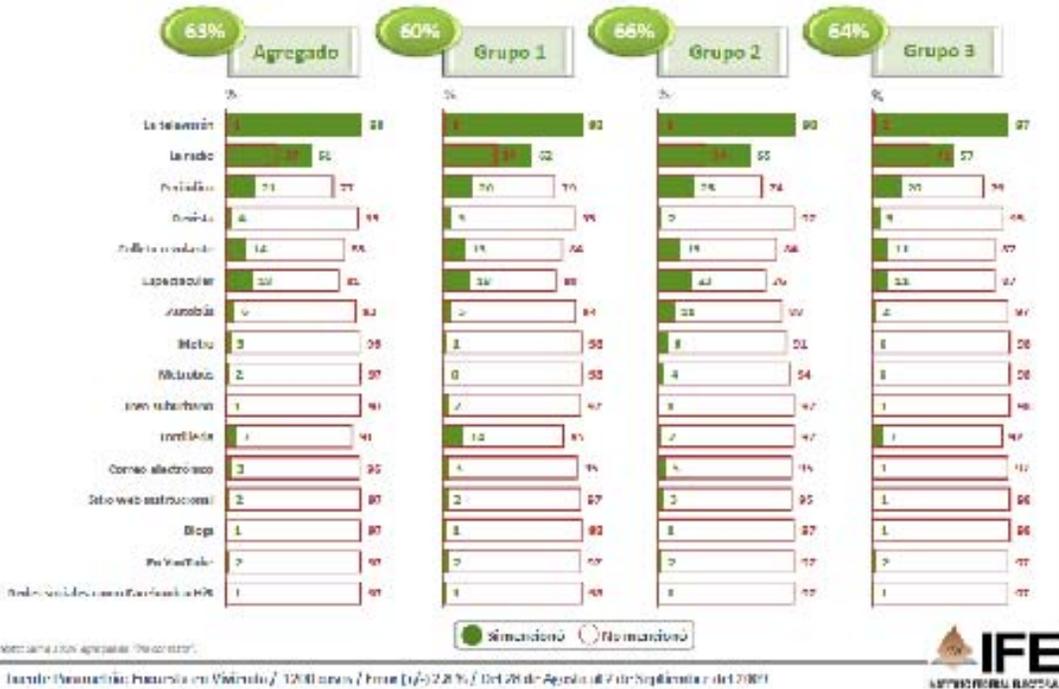




Medios o lugares en los que vió o escuchó publicidad del IFE

¿Me podría decir todos los medios de comunicación o lugares en los que vió o escuchó algún mensaje del IFE?

Sólo aquellos que recuerden haber visto o oído algún mensaje publicitario del IFE en los últimos meses.

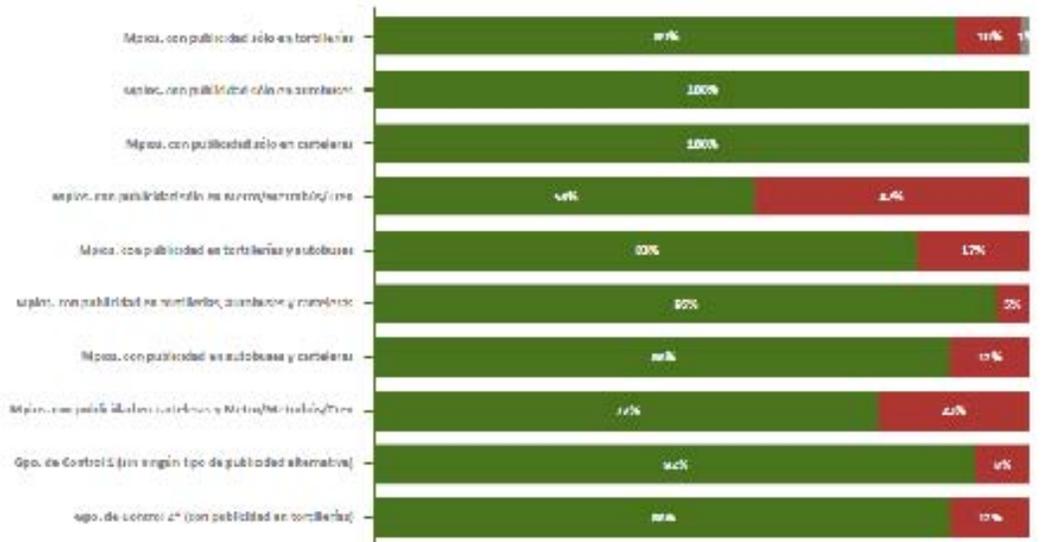


Utilidad del anuncio de radio "Piénsale" vs. Tipo de Publicidad

¿Le pareció útil el anuncio del IFE?

Sólo aquellos que recuerden haber visto el mensaje "Piénsale" del IFE.

Sí No Ns/Nc



Gpo. de Control 2 Mensajes de publicidad sólo en tortillerías en carreteras y subbuses.



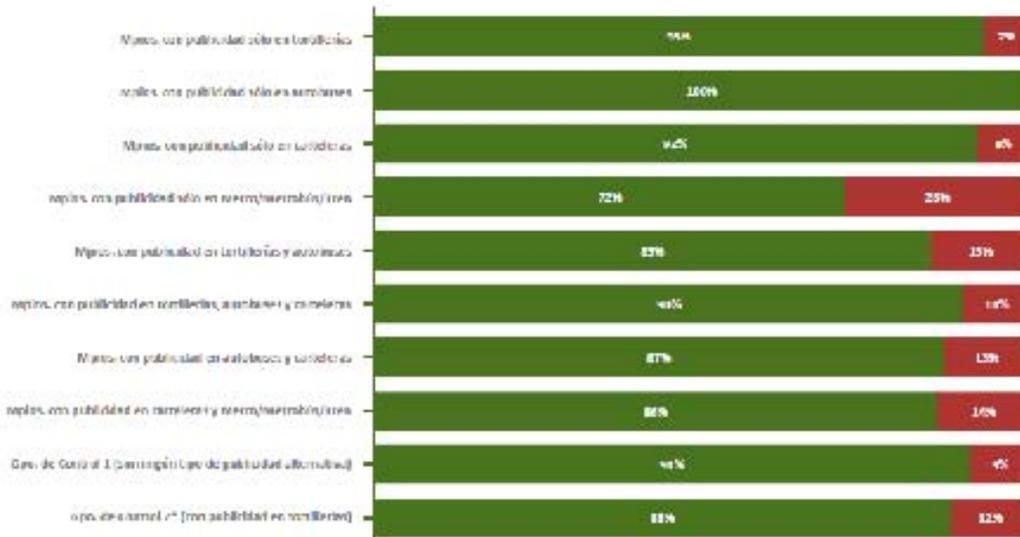
Fuente: Encuesta de Percepción en Veracruz / 1200 casos / Error (+/-) 2.8% / Del 28 de Agosto al 7 de Septiembre del 2009



Utilidad del anuncio de TV "Piénsale 2" vs. Tipo de Publicidad

¿Te pareció útil el anuncio del IFE?
 Sólo aquellos que recuerdan haber visto el mensaje "Piénsale 2" del IFE

■ Sí ■ No ■ No / No



* Casos en donde la información se presentó en televisión, otros casos en donde se presentó en otros medios de comunicación o en los que se realizó actividades de publicidad en los servicios.

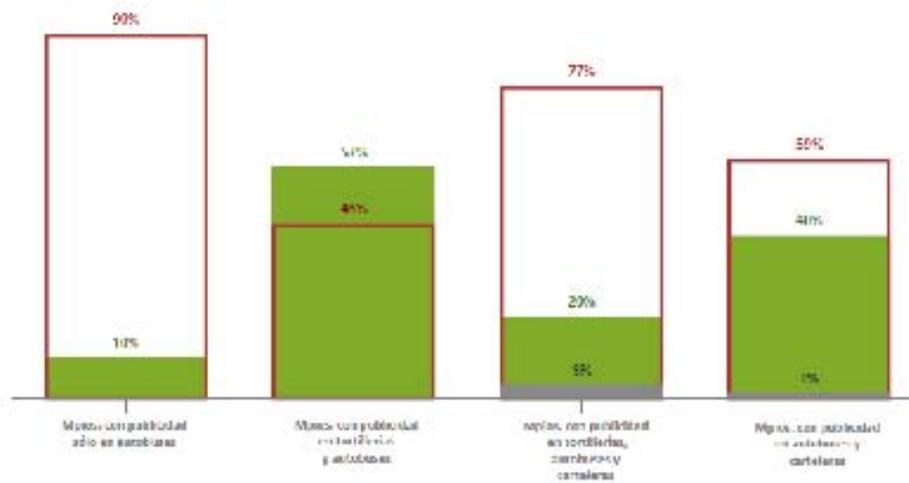
Fuente: Parametris: Encuesta en vivienda / 1.000 casos / Error (±) 3.2 % / Del 28 de Agosto al 2 de Septiembre del 2005



Publicidad en autobuses vs. Tipo de Publicidad

¿Recuerda haber visto este mensaje en algún autobús?

■ Sí recuerda ■ No recuerda ■ No / No



Fuente: Parametris: Encuesta en vivienda / 250 casos / Error (±) 6.2 % / Del 28 de Agosto al 2 de Septiembre del 2005

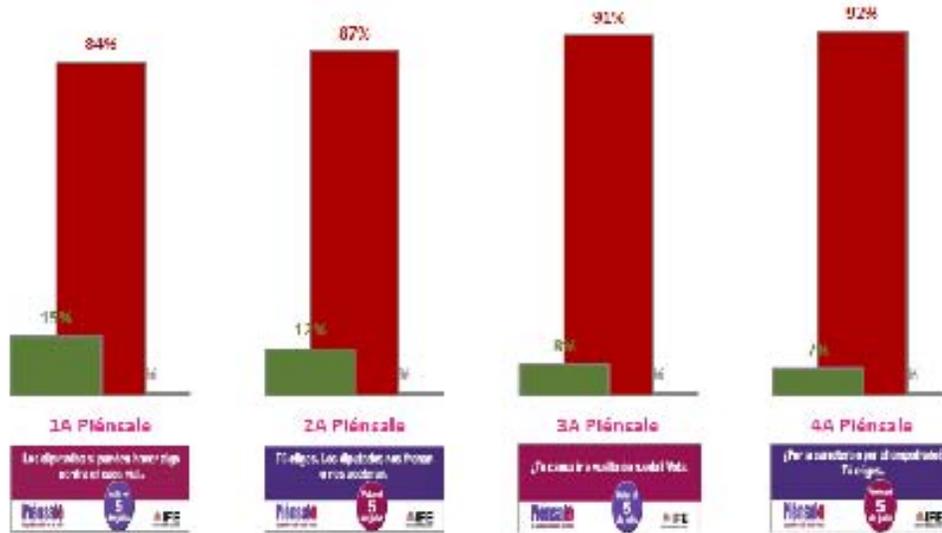




Publicidad en carteleros

¿Recuerda haber visto alguno de estos anuncios en algún espectáculo?

■ Si mencionó ■ No mencionó ■ Ns / Nc



Fuente Encuesta: Encuesta en Vólcans / 100 casas / 1 hora (s) / 14.4% / 146 28 de Agosto al 7 de Septiembre del 2014

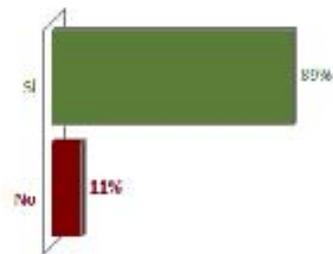


Publicidad en tortillerías

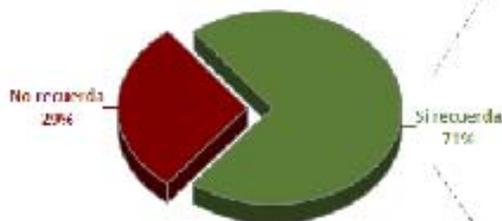
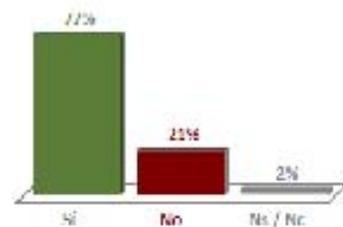
¿Recuerda haber visto estos mensajes del IFE en alguna tortillería?



¿Te parecieron útiles estos anuncios del IFE?



¿Estos anuncios lo motivaron a informarse y razonar más su voto?



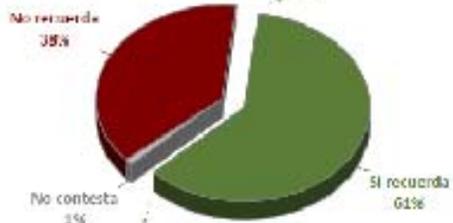
Fuente Encuesta: Encuesta en Vólcans / 100 casas / 1 hora (s) / 14.4% / 146 28 de Agosto al 7 de Septiembre del 2014



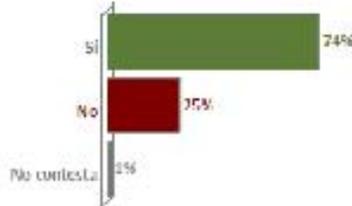


Publicidad en metro, metrobús y tren suburbano

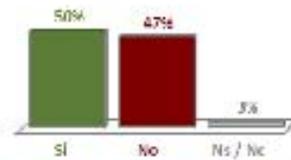
¿Cuántos de ustedes vieron el mensaje del IFE en algún día?
"Piénsale tu poder está en el voto. Vamos a elegir Diputados, ellos son los que aprueban las leyes y deciden en qué se gastan nuestros impuestos. Vota el 5 de Julio!"



¿Le pareció útil este mensaje del IFE?



¿Este anuncio lo motivó a informarse y saber más su voto?



¿En dónde lo vio?

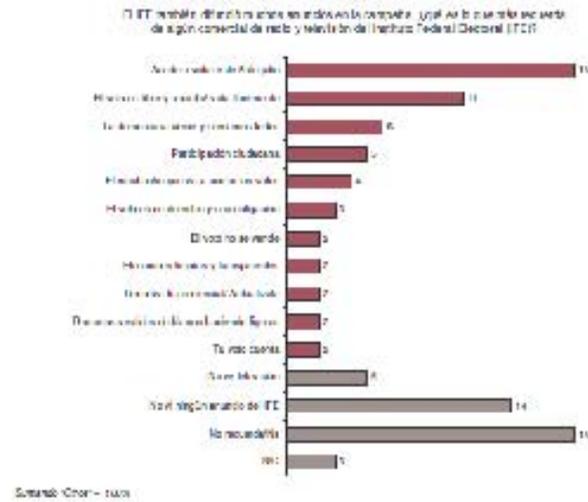


Índice de Percepción: Escucha un Votante / 150 votos / la hora / y / 8.2 % / Del 28 de Agosto al 2 de Septiembre del 2009



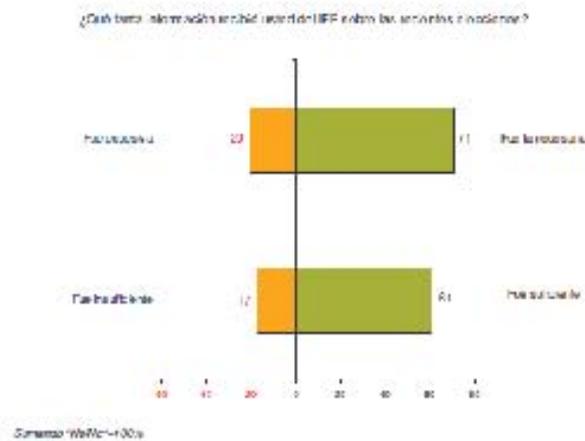
Adicional a la Evaluación realizada por Parametría, en octubre de 2009 el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE) realizó una encuesta postelectoral en donde publicó la siguiente recordación de los mensajes del IFE.

3.5 RECORDACIÓN DE LA PUBLICIDAD DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL



Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE)

1.4 EVALUACIÓN IFE: INFORMACIÓN SOBRE LAS ELECCIONES



Conclusiones:

1. De acuerdo con los programas de educación cívica implementados y la difusión de la promoción de la participación ciudadana realizada por parte de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, se puede decir que el IFE cumplió con el desarrollo de programas y acciones encaminados a orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus obligaciones político-electorales establecidos en la Constitución. Sin embargo, los esfuerzos realizados desde la Dirección de Difusión y Campañas Electorales de la DECEYEC apoyada por las Juntas Distritales Ejecutivas deberán ser redoblados ya que de acuerdo con la evaluación realizada a su Campaña Institucional una de cada cuatro personas identifica al IFE solamente con el trámite de la credencial de elector y la organización de las elecciones.
2. De acuerdo con los resultados de la evaluación se observa que a pesar de que ésta se realizó casi dos meses después de haber culminado la elección, más del 60% de las personas recordó alguno de los mensajes publicitarios. Este alto porcentaje de recordación habla de la penetración que alcanzó la campaña del IFE.
3. Por obvias razones, se observa también que la televisión y la radio son los medios de comunicación a través de los cuáles se enteró casi toda la gente de la campaña publicitaria del IFE. No obstante, también hay niveles aceptables de recordación de los lugares donde se colocó medios alternativos.
4. En cuanto al uso de medios alternativos para comunicar los mensajes del IFE, el que tuvo mayor impacto fue la publicidad en tortillerías ya que fue la que mejor funcionó en términos de motivar la participación y razonar el voto. Es decir, el medio y el mensaje fueron acertados por lo que se sugiere que se haga el esfuerzo de seguirlo utilizando y sobre todo de tratar de

extenderlo a otras localidades que presenten características similares en términos de marginación, además de que no necesariamente tengan una cifra tan alta de población.

5. Posteriormente los medios con mayor efectividad fueron los autobuses, metro, metrobús y tren suburbano aunque a pesar de que tuvieron cierto impacto es necesario cuidar el mensaje, ya que los electores se acordaron que tuvieron anuncios, pero no precisamente del mensaje.
6. Con respecto a la publicidad en carteleras espectaculares se observa que ésta no tuvo el impacto deseado por lo que se sugiere, en su caso, colocar un mayor número de mensajes en estos sitios para obtener un resultado idóneo, o definitivamente no volverlo a utilizar ya que de no tener mayor presencia en este medio nuevamente no se obtendrá la recordación deseada en la ciudadanía, además de ser un medio de difusión con un costo elevado.
7. Entre los aspectos negativos se encuentran el tamaño de la localidad y el grado de marginación, es decir, entre más grande o más marginado es el municipio, menor es la probabilidad de salir a votar. Por lo que es necesario, que los programas de educación cívica que implementa el IFE abarquen dichos municipios para que los resultados sean más favorables en todos los aspectos y no necesariamente, sólo en los procesos electorales.
8. Por último en el cuadro comparativo de la participación ciudadana del proceso electoral de 2009, se observa que la participación en los comicios de 2009 subió 3% con respecto a la de 2003. Con base en lo anterior se puede comprobar que la difusión realizada por el IFE a través de medios alternativos sí cumplió con su objetivo fundamental de promover la participación ciudadana durante el periodo de las campañas electorales en

donde el IFE no contaba con suficiente espacio para difundir sus spots en radio y televisión.

9. Por último se sugiere utilizar en posteriores eventos al menos dos medios alternativos por cada localidad para lograr un mayor impacto.

Acrónimos

1. IFE (Instituto Federal Electoral)
2. COFIPE (Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales)
3. DECEYEC (Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica)
4. DECYPC (Dirección de Educación Cívica y Participación Ciudadana)
5. DDCI (Dirección de Difusión y Campañas Institucionales)
6. VDCEYEC (Vocales Distritales de Capacitación Electoral y Educación Cívica)
7. CAES (Capacitadores Asistentes Electorales)
8. JLE (Junta Local Ejecutiva)
9. JDE (Junta Distrital Ejecutiva)
10. PEF (Proceso Electoral Federal 2008-2009)
11. PREP (Programa de Resultados Electorales Preliminares)
12. MEPD (Modelo de Educación para la Participación Democrática)
13. TEPJF (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación)
14. INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática)
15. CONAPO (Consejo Nacional de Población)

Bibliografía

- Acciones estratégicas para la promoción del voto 2009
- Anexo VI del documento Educación para la Participación Democrática: Informe Final 2008-2009, elaborado por la DECEYEC
- Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI), *Medición de Nivel Socioeconómico*. Febrero 2008.
- *Democracia y Construcción de la Ciudadanía, nuevos paradigmas, nuevos caminos*. Instituto Electoral del Distrito Federal. México, 2007.
- Danilo Zolo, *Democracia y Complejidad*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1994.
- Gilberto Guevara Niebla. *Democracia y Educación*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, Instituto Federal Electoral, México, 1998.
- Informe de buenas prácticas en la protección de programas sociales *Programa institucional, educación para el ejercicio del voto libre y razonado*, Instituto Federal Electoral, Julio 2006.
- Instituto Federal Electoral, *Modelo de Educación para la Participación Democrática*, versión interactiva, México, 2009 (próxima a presentarse).
- Juan Cajas Castro. *Educar para el futuro*, México, 2ª. Edición, 2009, 169 p.
- Juan Cajas Castro. *Educar para la Democracia: algunas campañas y experiencias de educación cívica en América Latina*, México, Instituto Federal Electoral, 2000.
- Juan López Sánchez, *Fundamentos de la Educación Cívica y Social*, México 1964.
- Javier Hurtado, *Gobiernos y democracia*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, No. 19, IFE, México 2007.
- Jean-Francois Prud' Homme. *Consulta popular y democracia directa*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, No. 15 IFE, México, 2007.
- K. Popper, *La società aperta e i suoi nemici*, Roma, 1973, p. 179, en Bobbio, Norberto, *El futuro de la democracia*, México, Fondo de Cultura Económica (1ª reimpresión), 2003.

- Luis Salazar, José Woldenberg, *Principios y valores de la democracia*, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, No. 1 IFE, 2003.
- *Libro Blanco 2008 – 2009*. Informe General sobre la Implementación de la Reforma Electoral durante el Proceso Electoral Federal 2008 – 2009.
- Miguel Carbonell, Pedro Salazar, *División de poderes y régimen presidencial en México*. México, UNAM, 2006
- Norberto Bobbio, *El futuro de la democracia*, México, Fondo de Cultura Económica (1ª reimpresión), 2003.
- Norberto Bobbio, *Estado, Gobierno y Sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Pedro Salazar. *Una aproximación al concepto de legalidad y su vigencia en México*. Isonomía: Revista de teoría y filosofía del derecho. No. 9, 1998. Pag. 193 – 206.
- *Posicionamiento Público del Instituto Federal Electoral*. Evaluación Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). 13 de octubre de 2009
- Programa de promoción del voto en colaboración con organizaciones ciudadanas
- Respuesta en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública por parte de la Unidad de Enlace del IFE. Oficio No. UE/AS/0865/11 de fecha 8 de marzo de 2011.
- Respuesta en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública por parte de la Unidad de Enlace del IFE. Oficio No. UE/AS/3124/11 de fecha 17 de noviembre de 2011.
- Respuesta en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública por parte de la Unidad de Enlace del IFE. Oficio No. UE/AS/285/12 de fecha 17 de enero de 2012.
- Robert Dahl, *La democracia. Una guía para los ciudadanos*, Madrid, Taurus, 1999.
- Silvia Conde Flores, *Educación para la democracia*, cuadernillos de apoyo a la gestión escolar democrática, No. 6, IFE, 2004.

Bibliografía consultada en internet

- Acuerdos del Consejo General del IFE URL:
<http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Acuerdos/>
- Ajustes a la estrategia de capacitación y asistencia electoral: URL.
http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-acuerdos/2008/diciembre/22diciembre/CGo221208ap16_x1.pdf
- Cartel del 2° Concurso Nacional Una Rola por la Democracia, URL:
<http://www.ife.org.mx/documentos/DECEYEC/2doConcurso-UnaRolaXDemocracia/CARTELUNAROLA.pdf> Consultado: 11 de mayo de 2012.
- Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).
URL: <http://normateca.ife.org.mx/internet/>
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículos 41, Apartado D, Fracc. VI, y 99 Fracc. V. 27 de abril de 2010, 169 p. URL=
<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>, consultado el 20 de marzo de 2012.
- Consulta de la estadística de las Elecciones Federales de México. URL:
http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Estadisticas_y_Resultados_Electorales/
- Campaña Institucional 2007 – 2010 URL.
http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle_Audio_Video/?vgnnextoid=c3cd8ce48baf8210VgnVCM1000000c68000aRCRD
- Estudios Cualitativos y Cuantitativos de las campañas institucionales. URL:
http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Evaluacion_cuantitativa_de_campanas_institucionales/?jsessionid=FnW2JTyJd99TGs10QCqwGgBVvSSb9StyWcLSCMpYy4sLJWHYlyTR!-685843552!NONE Consultado: 21 de febrero de 2012.
- Estudios Cualitativos y Cuantitativos de las campañas institucionales. URL:
http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Evaluacion_cuantitativa_de_campanas_institucionales/?jsessionid=FnW2JTyJd99TGs10QCqwGgBVvSSb9StyWcLSCMpYy4sLJWHYlyTR!-685843552!NONE Consultado: 7 de mayo de 2012.
- Estudio Censal Sobre la Participación Ciudadana en la Elección Federal de 2009 http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DECEYEC/DECEYEC_EstudiosInvestigaciones/InvestigacionIFE/Estudio_censal_participación_electoral_2009.pdf

- Informe Anual 2008 de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica 2008. Consultado el 17 de mayo de 2012. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle_Informes_por_disposicion_legal/?vgnnextoid=a21c0749272e6210VgnVCM1000000c68000aRCRD
- Informe Anual de Actividades Enero – Diciembre de 2008 de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Informes_por_disposicion_legal/
- Consultado: 7 de marzo de 2012.
- Informe Anual de Actividades Enero – Diciembre de 2009 de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Informes_por_disposicion_legal/
- Consultado: 23 de marzo de 2012.
- López Romo, Heriberto. “Nivel Socioeconómico AMAI”, México, Instituto de Investigaciones Sociales S.C., 8 de septiembre de 2009, 103 p. URL= <http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>, Consultado: 20 de marzo de 2012.
- Los órganos electorales, un espacio de participación ciudadana. URL: <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/espiral/espiralpdf/espiral36/41-60.pdf>
- Micrositio del 2º Concurso Nacional Una Rola por la Democracia, URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle_Concursos_y_Eventos/?vgnnextoid=650a2ac87291e110VgnVCM1000000c68000aRCRD Consultado: 11 de mayo de 2012.
- Memoria del Programa de Acompañamiento Ciudadano (Línea de tiempo). URL: http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/CDD/CDD-Varios/docs/PAC_memorias.pdf
- Página oficial del Metrobús, URL: <http://www.metrobus.df.gob.mx/organizacion.html>. Consultado: 28 de mayo de 2012
- Plan Integral del Proceso Electoral Federal 2008-2009, PIPEF: Informe final de actividades http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Menu_Principal/?vgnnextoid=2eb69ec2af7db110VgnVCM1000000c68000aRCRD: Consultado: 3 de abril de 2012.
- Programa de Resultados Preliminares. Fuente 2000- 2006. URL: http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Participacion_Ciudadana/ y Fuente 2009: http://prep2009.ife.org.mx/PREP2009/index_prep2009.html. Consultado: 25 de mayo de 2012.

- Proceso Electoral Federal 2008-2009 - Etapas principales. URL.
http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Proceso_Electoral_Federal_2008-2009/
- Erika Tapia Nava. Ensayo sobre educación cívica, URL= [http:// www.cce-nl.org.mx/](http://www.cce-nl.org.mx/), consultado: 16 de Marzo de 2010.
- Videos de espectáculos lúdicos URL: <http://www.elpoderestuyo.org>.
Consultado: 18 de julio de 2012.