



revista del instituto electoral del estado de méxico

# apuntes **electorales**

Los artículos publicados en esta revista son arbitrados y avalados por el sistema de pares académicos, bajo la modalidad de doble ciego.

Fecha de impresión: septiembre de 2016  
Año XV, número 55  
julio-diciembre 2016, semestral

Editora responsable: Isabel Núñez Garduño

Núm. de Certificado de Reserva de Derechos  
de Uso Exclusivo de Título: 04-2008-051319002200-102  
Núm. de Certificado de Licitud de Título: 11490  
Núm. de Certificado de Licitud de Contenido: 8071  
ISSN: 1665-0921

Domicilio de la publicación y del distribuidor: Instituto Electoral del Estado de México,  
Paseo Tollocan núm. 944, col. Santa Ana Tlapaltitlán, C. P. 50160.  
Toluca, Estado de México. Tel. (01 722) 275 73 00, ext. 4300.

apunteselectorales@gmail.com, ceditorial@ieem.org.mx  
aelectorales.ieem.org.mx

Los juicios y afirmaciones expresados en los artículos aquí publicados son responsabilidad de los autores, y el Instituto Electoral del Estado de México no los comparte necesariamente.

Se prohíbe la reproducción parcial o total del contenido de la revista sin la autorización del editor.

Impreso en México

Publicación incluida en el directorio y en el catálogo de Latindex, así como en el Directory of Open Access Journals (DOAJ).



# Consejo Científico

**Andrés Malamud**  
Universidad de Lisboa, Portugal

**Andrés Mejía Acosta**  
King's College, Inglaterra

**Daniel Buquet**  
Universidad de la República, Uruguay

**Diego Reynoso**  
Universidad de San Andrés, Argentina

**Irma Méndez de Hoyos**  
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede México

**Iván Llamazares Valduvico**  
Universidad de Salamanca, España

**Leticia M. Ruiz Rodríguez**  
Universidad Complutense de Madrid, España

**Manuel Alcántara Sáez**  
Universidad de Salamanca, España

**María Laura Tagina**  
Universidad Nacional de San Martín, Argentina

**Mariana Llanos**  
German Institute of Global and Area Studies, Alemania

**Peter Birle**  
Instituto Ibero-Americano, Alemania (Berlín)

**Peter M. Siavelis**  
Universidad de Wake Forest, Estados Unidos de Norteamérica

**Silvia Gómez Tagle**  
El Colegio de México, México

**Sonia Alonso**  
Universidad de Georgetown, Qatar



# Comité Editorial

## **Presidente**

Pedro Zamudio Godínez

## **Integrantes**

Francisco Javier López Corral

Raúl Ávila Ortiz

Pablo Castro Domingo

Gloria Guadarrama Sánchez

Ramiro Medrano González

Lourdes Morales Canales

Martha Elisa Nateras González

## **Secretario Técnico**

Igor Vivero Ávila



# Índice

## Expediente Electoral

*Oniel Francisco Díaz Jiménez  
Miguel Eduardo Alva Rivera*

- Anuncios y estrategias de campaña en televisión: un balance de la elección intermedia de 2015 en México 9  
*Television Campaign Ads and Strategies: The Case of Mexico's 2015 Mid-term Elections*

## Plumas y Letras

*Ricardo de la Peña*

- Afiliación partidaria para fortalecer la democracia 53  
*Strengthening Democracy through Party Affiliation*

*Gabino Solano Ramírez  
Margarita Jiménez Badillo*

- Panorama de la violencia contra actores políticos en Guerrero, 2008-2015 79  
*Overview of Violence against Political Actors in Guerrero (2008-2015)*

*Julen Berasaluce Isa  
Luis Eduardo León Ganatios*

- Influencia personal de los candidatos y competencia espacial en las elecciones presidenciales venezolanas de 2006 a 2013 111

*Candidates' Personal Influence and Spatial Competition in Venezuelan Presidential Elections from 2006 to 2013*

*Claire Wright*

- De la campaña electoral al despacho presidencial. Las causas y las consecuencias del giro programático realizado por Jaime Paz Zamora en Bolivia 149

*From the Electoral Campaign to the President's Office. Causes and Consequences of Jaime Paz Zamora's Policy Shift in Bolivia*

*Miguel Ángel García Hernández*

## **Textos de Actualidad**

- Cartilla ciudadana 189

*Citizen's Handbook*

**expediente**

*electoral*





# Anuncios y estrategias de campaña en televisión: un balance de la elección intermedia de 2015 en México

*Television Campaign Ads and Strategies:  
The Case of Mexico's 2015 Mid-term Elections*

Oniel Francisco Díaz Jiménez\*  
Miguel Eduardo Alva Rivera\*\*

## Resumen

En las campañas electorales profesionalizadas, los partidos políticos y los candidatos presentan sus propuestas ante el electorado y buscan maximizar votos, principalmente, a través de los medios de comunicación. En elecciones presidenciales, las estrategias y las tácticas de campaña se enfocan en las imágenes y las propuestas políticas de los candidatos que compiten por la Presidencia. Sin embargo, ¿qué ocurre en elecciones congresionales intermedias, donde los actores principales

**Artículo** recibido el 4 de febrero de 2016 y aceptado para su publicación el 27 de marzo de 2016. La **dictaminación** de este trabajo fue realizada por evaluadores externos al Instituto Electoral del Estado de México.

■ pp. 9-49

---

\* Es doctor en Ciencia Política y Estudios Internacionales por la Universidad de Birmingham, Reino Unido. Labora como profesor-investigador de tiempo completo del Departamento de Estudios Políticos y de Gobierno, en la División de Derecho, Política y Gobierno de la Universidad de Guanajuato. Perteneció al Sistema Nacional de Investigadores, nivel I. Sus líneas de investigación son gobierno y política comparada; métodos cuantitativos y cualitativos de investigación; elecciones, partidos políticos y sistemas de partidos, y comunicación política y opinión pública. Correo electrónico: ofdj2012@gmail.com

\*\* Estudiante de maestría en Asuntos Políticos y Políticas Públicas del Colegio de San Luis. Licenciado en Políticas Públicas por la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Lerma. Se especializa en temas de comunicación política y gubernamental, políticas públicas y gobernanza.

de la campaña son los partidos políticos y sus candidatos que compiten por cargos legislativos? Este trabajo realiza un análisis de contenido de los anuncios televisivos (*spots* de 30 segundos) transmitidos por los partidos mexicanos durante las elecciones congresionales intermedias de 2015, con el fin de identificar sus estrategias de campaña. Los resultados muestran diferencias relevantes entre las campañas realizadas por las organizaciones nacionales de los partidos y las campañas de los candidatos individuales a nivel distrital. Sin embargo, también ponen a la vista que los anuncios de ataque fueron un componente central en las estrategias mediáticas de los partidos y los candidatos durante la campaña.

**Palabras clave:** campañas electorales, partidos políticos, tácticas y estrategias de campaña, publicidad política, anuncios televisivos.

## Abstract

In professionalized election campaigns, political parties and candidates present their policy proposals to the electorate and seek to maximize votes, primarily through media appeals. In presidential elections, campaign tactics and strategies focus on the images and policy proposals of presidential candidates. However, what happens in congressional mid-term elections, where the main campaigners are the political parties and their congressional candidates? This article analyzes the content of all television announcements (30-second spots) broadcast by Mexican political parties during the 2015 mid-term congressional elections, in order to identify their campaign strategies. The results show relevant differences between the campaigns run by national party organizations and the campaigns of individual candidates at the district level. However, they also exhibit that attack ads were a central component of parties and candidates' media strategies.

**Key words:** election campaigns, political parties, campaign tactics and strategies, political advertising, television spots.

## Introducción

De acuerdo con Kiouisis y Strömbäck (2014), para los partidos políticos, los Gobiernos y otras organizaciones de campaña que son inherentemente políticas o que tienen agendas políticas, la comunicación política estratégica se refiere a la gestión útil de la información y la comunicación con el fin de alcanzar los objetivos políticos que dichas organizaciones han establecido para sí mismas. Por su parte, Trent y Friedenberga (2004) señalan que “la publicidad política en televisión es una estrategia central de comunicación para el creciente número de aquellos que buscan nuestros votos” (p. 147), debido a que la mayor parte de los ciudadanos recibimos la información sobre las campañas a través de los medios de comunicación, principalmente, de la televisión (Atwood y O’Keefe, 1981, p. 331).

El objetivo de este trabajo es contribuir al estudio de la publicidad política en México, a través del análisis de contenido de los *spots* televisivos de cinco partidos: el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), durante la elección intermedia de 2015, con el fin de identificar sus estrategias de campaña.<sup>1</sup>

El artículo está dividido en cinco apartados. En la primera parte se introduce el concepto de profesionalización de las campañas; en un segundo momento se discuten diversas cuestiones teóricas acerca del estudio de los *spots* televisivos como canal directo de comunicación política; en tercer lugar se describen las categorías que se llevarán cabo para el análisis de los anuncios; en cuarto lugar se analizan los *spots* de los partidos en las campañas nacionales y en las de los candidatos individuales a diputados federales, además se identifican las estrategias de campaña de cada partido; por último, se realizan unas breves conclusiones.

---

<sup>1</sup> La selección de estos partidos obedece a que son los cinco más votados, en un sistema donde el cálculo del número efectivo de éstos arroja un valor de 5.7 partidos relevantes en la pasada elección.

## Las campañas electorales

Una campaña electoral se puede definir como el conjunto de decisiones estratégicas, tácticas, técnicas y operaciones de comunicación que partidos y candidatos realizan para influir en el comportamiento de los electores con el propósito de maximizar votos (Berelson *et al.*, 1944). Con el fin de entender mejor las diversas dimensiones y procesos involucrados en las campañas, autores como Norris (2002, p. 127) y De Vreese (2010, p. 122) identifican cuatro áreas de análisis relevantes: 1) el *ambiente contextual* basado en el marco regulatorio, la estructura del sistema de medios de comunicación y del sistema de partidos dentro de cada país; 2) las *organizaciones de campaña* (partidos y candidatos), con los objetivos estratégicos que éstas intentan comunicar al electorado; 3) los *canales de comunicación*, tanto directos (*spots*, discursos, *websites*, redes sociales, etc.) como indirectos (noticias en medios impresos, radio y televisión), empleados por estas organizaciones para transmitir sus mensajes políticos, y 4) los *efectos* de estos mensajes sobre el conocimiento, las actitudes y el comportamiento político de los públicos objetivo.<sup>2</sup> Este trabajo se centra en el estudio de las organizaciones de campaña (Farrell y Webb, 2000), así como en las estrategias y los canales de comunicación directos (publicidad política) que éstas utilizan para hacer llegar sus mensajes políticos a los electores.

## La profesionalización de las campañas y la publicidad política en México

La investigación comparada sobre campañas electorales da cuenta del papel central que la publicidad política en televisión juega en las modernas estrategias de campaña alrededor del mundo (Holtz-Bacha y Kaid, 1995, 2006). En México, el uso intensivo de publicidad política televisiva como canal es-

---

<sup>2</sup> De acuerdo con Norris (2002), en función de la efectividad de las campañas, se puede estudiar un quinto elemento, conocido como *circuito de retroalimentación dinámica*, relativo a cómo las organizaciones aprenden de las respuestas de su público objetivo y ajustan sus estrategias en consecuencia.

tratégico de comunicación en campañas electorales se remonta a la elección federal de 1994, en la cual los medios tuvieron, por primera vez, un papel más relevante como escenario de la competencia político-electoral (Trejo, 2001). Durante la mayor parte del siglo XX, las campañas electorales se caracterizaron por su orientación local y los eventos basados en el contacto directo entre candidatos y electores (mítines y reuniones con grupos de notables). Este periodo es lo que la literatura sobre profesionalización de las campañas identifica como la primera fase o era premoderna (Norris, 2002). Las comunicaciones de campaña durante esta etapa se limitaron inicialmente a los discursos de los candidatos, anuncios en la prensa escrita y, más adelante, con la expansión de la radio y la televisión, incluyeron también entrevistas en los noticieros nacionales y locales (Langston, 2006; Benton y Langston, 2009; Adler *et al.*, 2010).

Sin embargo, las campañas de los partidos políticos mexicanos se han profesionalizado de manera significativa durante las últimas tres décadas (Díaz, 2015), adoptando un modelo híbrido<sup>3</sup> que combina prácticas tradicionales basadas en el contacto directo con los votantes (incluyendo prácticas de movilización e intercambio clientelar) con tácticas y estrategias de campaña profesionalizadas, asentadas en el uso intensivo de medios de comunicación (publicidad política en radio, televisión y redes sociales; técnicas de manejo de medios, etc.); sofisticados métodos de investigación de mercado y opinión pública (encuestas, grupos de enfoque, investigación de la oposición, etc.), y planeadas por consultores profesionales, expertos en *marketing* político y en manejo de medios (véanse Farrell, 1996; Smith, 2004, 2006). Esta profesionalización es el resultado de cambios a gran escala en el sistema de partidos (Klesner, 2005; Díaz y Vivero, 2015), en el sistema de financiamiento político (Becerra *et al.*, 2000) y en el sistema de medios de comunicación (Lawson, 2002; Hughes, 2006), los cuales se consolidarían, a partir de la elección intermedia de 1997, como los principales intermediarios entre electores y partidos en México. Como

---

<sup>3</sup> La *hibridación* de las campañas es la “complementación específica en un país, de las prácticas tradicionales de campaña con características seleccionadas del estilo posmoderno, orientado a los medios” (Plasser y Plasser, 2002, p. 374).

consecuencia, de 1997 a 2006, los partidos invirtieron más de la mitad de sus presupuestos de campaña en *spots* pagados en radio y, principalmente, en televisión (Lozano, 2006; Lawson, 2008).

No obstante, la reforma electoral de 2007-2008 cambió significativamente el modelo de acceso a medios de comunicación, prohibiendo la compra de publicidad política en radio y televisión, y estableciendo, en su lugar, tiempos oficiales que se distribuyen de manera gratuita entre los partidos. El objetivo de la reforma fue reducir los elevados costos de las campañas electorales, así como garantizar mayor equidad en el acceso a medios para todos los partidos (Córdova, 2011). Con la reforma, el subsidio estatal directo e indirecto a los partidos políticos mexicanos es de los más generosos en el mundo. En la elección federal intermedia de 2015, los partidos nacionales recibieron un financiamiento público superior al de elecciones intermedias anteriores. Por lo que se refiere al financiamiento directo, los partidos contaron con un presupuesto 17.8 % superior al recibido en la elección intermedia de 2009 (5 mil 200 millones contra 4 mil 412 millones) (Integralia, 2015b).<sup>4</sup>

Respecto al financiamiento indirecto, en términos de acceso a medios (*spots* de 30 segundos), éste aumentó 70 % respecto de 2009, elección en la cual la autoridad electoral repartió 14 millones 201 mil 538 anuncios entre los partidos en competencia. El número total de *spots* repartidos entre todos los partidos y los candidatos independientes en 2015 fue de 24 millones 205 mil 320. Cabe señalar que este subsidio fue incluso mayor que el subsidio directo. Tan sólo para la Ciudad de México y el Estado de México el valor comercial de los *spots* ascendió a 15 mil 800 millones de pesos, tres veces el financiamiento público recibido por todos los partidos políticos nacionales (Integralia, 2015b).

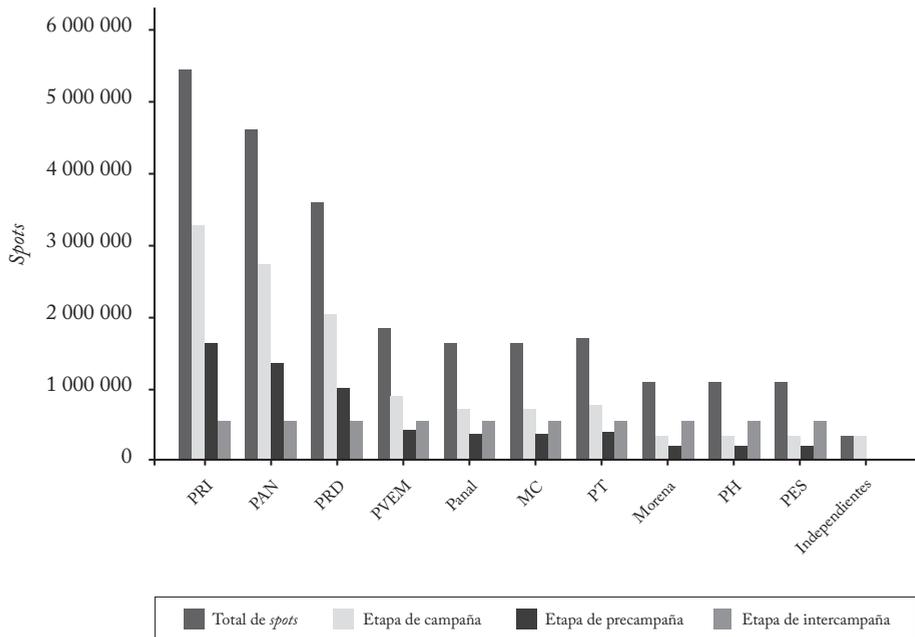
Sin embargo, este subsidio indirecto dista mucho de ser equitativo. Al igual que en la asignación del financiamiento directo, el INE toma en cuenta dos criterios para la distribución de los tiempos oficiales: 70 % se reparte de manera proporcional al porcentaje de votos obtenidos por

---

<sup>4</sup> Ciertamente, en la elección de 2015 compitieron dos partidos más respecto a los ocho que contendieron en 2009.

cada partido en la elección anterior (los partidos de nuevo registro, por lo tanto, no tiene acceso a esta cuota), y el restante 30 % se reparte de forma igualitaria entre todos los partidos (Córdova, 2011). Como resultado, mientras que el PRI recibió casi 5.5 millones de *spots*, los partidos nuevos: Morena, Partido Encuentro Social (PES) y el Partido Humanista (PH), recibieron únicamente poco más de un millón de *spots* cada uno (véase figura 1). La inequidad fue aún más evidente en el caso de los candidatos independientes, a quienes se les tomó en conjunto como un partido, y sólo tuvieron acceso (entre todos) a 342 mil 504 *spots*, 6.5 % de los anuncios asignados al PRI, 7.4 % de los dados al PAN y 9.5% de los asignados al PRD (Integralia, 2015a).

**Figura 1. Financiamiento público indirecto a partidos y candidatos en las elecciones intermedias de 2015**



Fuente. Instituto Nacional Electoral (2015) e Integralia (2015b).

## El estudio de la publicidad política en México

Pese a la relevancia de los *spots* televisivos como canales directos de comunicación política, en su revisión acerca de la investigación sobre el tema, Lozano Rendón (2006) concluyó que, “a pesar de su creciente uso a partir de la elección de 1994, la publicidad política es uno de los tópicos menos estudiados en la literatura académica sobre política y medios en México” (p. 263). Este vacío se ha ido llenando gradualmente por una serie de estudios, los cuales se han centrado en analizar los diferentes tipos de *spots* utilizados por partidos y candidatos como canales de comunicación estratégica durante las campañas, así como su contenido y formato, principalmente en elecciones presidenciales (Gisselquist y Lawson, 2006; Freidenberg y González, 2009; Chihu, 2011; Lugo, 2011; Jara y Garnica, 2013). Solamente unos cuantos trabajos han analizado la publicidad política en elecciones legislativas federales intermedias (Lugo, 2011; Chihu, 2014) o en elecciones locales (Maldonado *et al.*, 2013). El presente estudio busca contribuir a la investigación sobre publicidad política en el proceso de profesionalización de las campañas electorales en México, al identificar las estrategias de los partidos en elecciones intermedias federales. En comicios presidenciales, las estrategias de campaña suelen girar en torno a la imagen de una sola figura, pero en elecciones intermedias federales los actores centrales no son los candidatos presidenciales, sino los mismos partidos y sus aspirantes a diputados federales.

El análisis de los *spots* se realiza en dos niveles. El primero de ellos es el de las campañas nacionales de los partidos, a cargo de sus comités ejecutivos, tal vez el nivel más importante, pues uno de los aspectos más relevantes del proceso de profesionalización de las campañas electorales congresionales en México es su creciente grado de centralización. El segundo nivel corresponde a las campañas de los candidatos individuales a diputados federales en cada uno de los 300 distritos electorales uninominales federales, a cargo de ellos mismos y sus equipos de campaña. Para ello se analizará un total de 47 *spots* para las elecciones de 2015, correspondientes a los cinco partidos electoralmente más relevantes. En el caso de las campañas nacionales se analizaron 11 *spots* del PAN, 24 del PRI, siete del PRD, tres del PVEM y

dos de Morena. Respecto a las campañas de los candidatos individuales, se examinaron 365 *spots*: 156 del PRI, 150 del PAN y 59 del PRD.

### *Los spots televisivos como canal de comunicación estratégica en campañas electorales*

Los *spots* electorales pueden definirse como “mensajes políticos televisivos en campaña, eminentemente persuasivos, contruidos por los propios partidos y no mediatizados por los medios de comunicación” (Sádaba, 2003, p. 166). En otras palabras, son un canal directo (o controlado) de comunicación política que se distribuye a través de canales de comunicación masivos. Sin embargo, a diferencia de otros formatos de comunicación en campaña que están sujetos a la interpretación y el filtrado de los hacedores de noticias y la gente de los medios de comunicación (como los debates, los discursos públicos, las entrevistas, etcétera), éstos permiten un control total del mensaje por parte del emisor (Kaid, 1999).

Aunque la eficacia de las tácticas y las estrategias de campaña basadas en el uso intensivo de publicidad política en medios masivos es aún un tema de debate entre los estudiosos y los comentaristas de la comunicación política, numerosas investigaciones muestran que la exposición a la publicidad política (*spots*) tiene efectos relevantes en los mexicanos (véase Díaz y Vivero, 2014). Por ejemplo, el estudio de Beltrán (2007) acerca de los efectos combinados de la exposición a *spots* y a noticias en la elección presidencial de 2000 muestra que ambos canales de comunicación actúan conjuntamente a través de un proceso acumulativo y limitándose mutuamente durante las campañas. De acuerdo con su análisis, aunque la publicidad política tuvo un impacto significativo en las preferencias de los votantes, la exposición a las noticias tuvo un efecto aún mayor que el de los *spots*.

Otros estudios (Moreno, 2003) acerca de los efectos de la publicidad negativa también ofrecen evidencia del impacto diferenciado de los *spots* y de la cobertura informativa de las campañas en televisión sobre los electores. De acuerdo con Moreno (2003), en las elecciones presidenciales de 2000, mientras la exposición a noticias fue la variable de mayor importan-

cia para explicar la probabilidad de votar, la percepción de la negatividad en las campañas actuó en detrimento de la participación electoral. Sin embargo, la negatividad no afectó a todos los electores de igual manera: los *spots* negativos de la campaña de Vicente Fox desmovilizaron a algunos de los partidistas del PRI, al tiempo que la publicidad negativa del candidato priista no logró dañar la imagen de su rival. Por el contrario, ésta tuvo un efecto desmovilizador sobre sus propios partidistas hacia el final de la contienda, muchos de los cuales decidieron abandonar a Labastida en su intento por ganar la Presidencia, ya fuera votando por Fox o simplemente al abstenerse de votar (Moreno, 2004).<sup>5</sup>

Empero, en investigaciones subsecuentes se sostiene que los efectos de las campañas negativas tanto en la participación electoral como en la orientación del voto fueron más limitados durante la elección presidencial de 2006. El análisis de Arellano y Guerrero (2012) indica que de la totalidad de *spots* negativos transmitidos por los dos candidatos punteros y sus partidos en esa elección, sólo los *spots* de López Obrador tuvieron un impacto positivo (aunque moderado) en la participación electoral. Cabe señalar que el estudio no encontró evidencia de que este efecto de movilización haya favorecido a alguno de los candidatos.

### *Categorías de análisis de los spots*

#### Tipos de *spots*

Con base en estudios previos (Trent y Friedenber, 2004; D'Adamo *et al.*, 2005; Lugo, 2011), utilizamos una propuesta de clasificación de *spots* que privilegia las funciones que éstos cumplen en la competencia política. El análisis se realiza a partir de los anuncios de las campañas nacionales de los partidos

---

<sup>5</sup> De acuerdo con Moreno (2004), la brecha de negatividad, es decir, la percepción de que un determinado candidato ataca a sus rivales y de que éstos (sus adversarios), por el contrario, no lo hacen, aumentó las posibilidades de cambiar de Labastida a Fox, cuando quien tenía la brecha era Labastida. Sin embargo, esto no influyó en las posibilidades de cambiar el sentido del apoyo de Fox a Labastida cuando el primero era quien tenía la brecha.

y las de las candidaturas individuales en 2015, ya que las primeras se centran en la imagen y las propuestas de políticas de los partidos, y en las segundas se reconocen más la imagen y las propuestas de los candidatos a diputados.

- *Spots* positivos o promocionales

Los *spots* televisivos tienen diversas funciones. Una de las más importantes es la que cumplen los anuncios positivos o promocionales, los cuales son diseñados con el propósito de mostrar las cualidades del candidato y sus propuestas políticas, sin hacer referencia a los oponentes (Trent y Friedenberg, 2004, pp. 155-157). Estos anuncios procuran “acentuar los posibles rasgos de similitud” de los candidatos “con sus votantes para provocar la identificación, permiten asociar al candidato con cuestiones que tienen una evaluación positiva para los electores y vincularlo con grupos o figuras aceptados por la ciudadanía” (D’Adamo *et al.*, 2005, p. 46).

- *Spots* negativos o de ataque

No obstante la función más común de los *spots* es la promocional, en las tácticas de comunicación política en diversos países, incluyendo México, es común observar el creciente uso de anuncios con contenido negativo o de ataque, es decir, con material que relata situaciones negativas y promueve la descalificación del competidor (Merrit, 1984). Aunque el videoestilo utilizado por estos *spots* puede variar, su principal función es, invariablemente, “colocar al oponente en una luz desfavorable o en una posición incómoda” frente a los electores (Trent y Friedenberg, 2004, pp. 158-162).

### Tipos de *spots* negativos

Como señala Lugo Rodríguez (2011), las estrategias de campaña basadas en *spots* de carácter negativo pueden proveer de información “incomoda” para el adversario, que le permita al opositor empleador de dicha herramienta ganar adeptos como consecuencia de tal situación. Sin embargo,

esta información puede proveerse de diversas formas. En este sentido Copeland y Johnson-Cartee (1989) distinguen tres tipos de anuncios con contenido negativo: *spots* de ataque directo, los cuales se caracterizan por sólo atacar al oponente; *spots* de comparación directa, que comparan a dos o más actores competidores en una contienda, reconociendo características y experiencias de cada uno, y *spots* de comparación implícita, los cuales no son negativos en sí mismos, sino que esta caracterización está sujeta a la interpretación del receptor del mensaje.<sup>6</sup> Una vez definidos los tipos de *spots*, se pueden utilizar diversas estrategias, las cuales se han descrito anteriormente: referirse al oponente de manera directa e indirecta; utilizar una estructura comparativa o no comparativa del mensaje, y para el caso de la comparación, que ésta sea implícita o explícita (Lugo, 2011).

Con base en la literatura previa (Copeland y Johnson Cartee, 1989; Trent y Friedenber, 2004; Lugo, 2011; Freidenberg y González, 2009), se establecen dos grandes grupos de *spots*: promocionales y de ataque. Éstos se subdividen en:

- Promocionales no comparativos. En el caso de los candidatos, son aquellos que tienen como propósito dar a conocer sus principales cualidades, experiencias y capacidades, y para el caso de los partidos, sus plataformas electorales.
- Promocionales comparativos directos. Se utilizan principalmente para diferenciar al promotor del mensaje de su contrincante, resaltando las características positivas de éste en relación con su oponente.
- Promocionales comparativos indirectos. Son implícitos, ya que no mencionan directamente al actor objeto de la comparación. Además, incentivan al receptor a hacer comparaciones entre el promotor del mensaje y su competidor, basándose en el conocimiento previo de la audiencia en temas clave de la campaña.

---

<sup>6</sup> Pinkleton (1997) encontró diferencias significativas entre los tipos de mensajes antes expuestos y su relación con la percepción de los receptores. Su análisis muestra que los mensajes de contenido comparativo negativo canalizan un mayor grado de información negativa hacia los receptores del mensaje, sin repercutir en la imagen del promotor del mismo. De manera similar, Meirick (2002) encuentra que los mensajes comparativos negativos muestran un menor grado de descalificación hacia el promotor del mensaje, en contraste con los mensajes negativos no comparativos, que sí repercuten en mayor medida en el actor fuente del mensaje.

- Mensaje de ataque no comparativo. Expresa directamente información negativa sobre el oponente, sin hacer referencia al promotor del mensaje.
- Mensaje de ataque no comparativo indirecto. Presenta información negativa sobre algún candidato o partido político, sin hacer referencia exacta del mismo; a su vez, tampoco presenta características específicas del promotor del mensaje.
- Mensaje de ataque comparativo directo. Identifica al oponente objeto del mensaje para después compararlo con el promotor del mismo de manera negativa. Como lo mencionan Copeland y Johnson-Cartee (1989), este mensaje permite denigrar la imagen del oponente y enaltecer la del promotor.
- Mensaje de ataque comparativo indirecto. Es unilateral, pues no se menciona el objeto de la comparación, empero sí se resalta información del promotor del mensaje, lo que permite adjudicar, a partir de la estrategia de comparación, la superioridad a este último respecto al primero. Este mensaje, al igual que el promocional comparativo indirecto, se basa en el conocimiento previo que tiene la audiencia sobre algún tema (Copeland y Johnson-Cartee, 1989).

## Objeto del ataque

A partir del alcance que se propone este estudio, se analizan las dimensiones complementarias de los *spots* de ataque, con la finalidad de entender mejor esta estrategia en las campañas. De esta forma, se desagregan en dos grupos los objetos de ataque: partidos políticos y candidatos (Lugo, 2011).

### ¿Qué se ataca?

Existen diversas dimensiones en las cuales el partido político puede ser objeto de ataque, por lo que, de manera general, a continuación se describen las más importantes:

1. Gestión del Gobierno en funciones y contexto. Esta dimensión se suscribe cuando el mensaje hace mención de las características nega-

- tivas que se desenvuelven en el espacio gobernado (país, estado, etc.). Resalta el rezago y las condiciones negativas específicas en diversas áreas (sociedad, economía), así como la falta de transparencia y la corrupción en los órganos gubernamentales (Lugo, 2011).
2. Imagen del partido y desempeño público previo. A diferencia de la dimensión precedente, ésta se centra en resaltar la reputación del partido y sus resultados negativos anteriores al frente del Gobierno, (Lugo, 2011), además de exponer prácticas partidarias y posiciones políticas previas (Copeland y Johnson-Cartee, 1989).
  3. Injerencia en el proceso electoral. Se hace referencia a posibles amañeos a favor del oponente en temas electorales. (Lugo, 2011).
  4. Posiciones de política pública. Se alude a las leyes, las reformas o los programas impulsados por el oponente. También puede referirse a posiciones de políticas públicas adoptadas en el pasado para con un determinado problema (Lugo, 2011).
  5. Promesas de campaña. Incumplimiento del oponente a promesas realizadas en contienda electoral (Lugo, 2011).
  6. Asociación con otros grupos de poder. Se efectúa una relación entre el oponente y diversos grupos de poder, descritos de forma negativa. (Lugo, 2011).

Cuando el objeto de ataque es un candidato, el mensaje tiene por objetivo denigrar la imagen del contrincante, criticando principalmente:

1. Idoneidad. Se menciona la incapacidad del oponente para tomar el cargo, resaltando los resultados negativos en su experiencia en el Gobierno (Lugo, 2011).
2. Posiciones de políticas públicas. Se hace referencia a las posiciones asumidas en el pasado, la forma como voto en áreas legislativas o sus posiciones políticas anteriores (Copeland y Johnson-Cartee, 1989; Lugo, 2011).
3. Reputación personal. Se habla de las características personales del oponente, de su familia, etc. (Copeland y Johnson-Cartee, 1989; Lugo, 2011).

4. Vinculación con otros grupos de poder. Se asocia al contrincante con grupos de poder descritos de forma negativa por el promotor del mensaje (Lugo, 2011).

## Protagonista

El papel del protagonista se suele centrar en dos actores principalmente: el candidato y el partido. En el primer caso se destacan características positivas del candidato, enunciando su capacidad de liderazgo, competencia, experiencia, confianza, entre otras cualidades (Sádaba, 2003); para el caso de un partido, el *spot* se centra en el papel que ha jugado en administraciones pasadas, enfatizando sus principales logros (combate a la pobreza, economía) (Butler y Ranney, 1992). Existen otros *spots* que de manera alternativa presentan como protagonistas a gente común, ciudadanos con características específicas: estudiantes, trabajadores, amas de casa, ancianos, etc. Éstos buscan llegar a poblaciones objetivo muy concretas. Por lo tanto, las categorías que se consideraron para el análisis son: 1) el candidato, 2) un sustituto del candidato, 3) voz en *off*, 4) se editan declaraciones realizadas por los propios adversarios y 5) ciudadanos comunes (D'Adamo et al., 2005; García y D'Adamo, 2006; Freidenberg y González, 2009).

## Temas

Una campaña profesionalizada se basa en el uso intensivo de sofisticados métodos y técnicas de investigación de la opinión pública (*poll-driven*), así como de consultores políticos profesionales (*consultant-driven*) que llevan a cabo una amplia investigación sobre las particularidades de la población, dividiendo al electorado para determinar la estrategia a seguir. De esta manera, partidos y candidatos pueden armarse con diversas herramientas que les permitan realizar de mejor forma la segmentación de los votantes, adaptando sus esfuerzos y estrategias de campaña con base en los temas que son más relevantes para la población. Esta situación, conocida como *issue-voting* o “voto temático”, permite

a los ciudadanos elegir, de entre el abanico de posibilidades que existen, a aquel candidato que más se adecue en su discurso y propuestas de políticas públicas a las demandas que los miembros de una comunidad expresan (Kievsky, 2013). De esta manera, los candidatos se posicionarán más cerca de la población en cuanto a temas prioritarios. En nuestro estudio se reconoce la importancia de analizar los temas a los cuales se hace referencia en los *spots*, además de las propuestas de política pública que en éstos se exponen. Es así como se desglosan las siguientes categorías para el análisis (D'Adamo et al., 2005; García Beadoux y D'Adamo, 2006; Freidenberg y González, 2009; Lugo Rodríguez, 2011):

- Temas económicos. Comprenden los aspectos de la economía en todos los niveles, como en el país o en el plano individual.
- Temas sociales. Contexto social: educación, minorías, salud, grupos vulnerables, pobreza.
- Temas de seguridad/corrupción. Percepción respecto a la seguridad, al crimen organizado, la delincuencia, la corrupción en el Gobierno.
- Temas simbólicos. No tienen un asunto específico. Se realizan asociaciones respecto a la imagen del promotor del mensaje, resaltando conceptos como cambio/continuidad, patriotismo, ética, confianza, etc.

### *Análisis de los spots: campañas nacionales*

#### Tipo de *spot*

Una de las principales características de la profesionalización de las campañas políticas en el caso mexicano es el uso de la negatividad en la publicidad. En la elección intermedia de 2015, pese a que la mayor parte de los anuncios televisivos de los partidos en la campaña fueron de tipo promocional, un porcentaje considerable de los *spots* políticos fueron negativos, al igual que en anteriores contiendas comiciales. De esta forma, 71 % de los anuncios fueron promocionales, de los cuales 45 % fueron no comparativos, y 26 %, de carácter comparativo directo. El restante 29 % fue de ataque: el ataque no comparativo directo comprendió 13 %; el ataque comparativo directo, 8 %; el

ataque comparativo indirecto, 6 %, y el ataque no comparativo indirecto, 2 %. Cabe mencionar que al ser una campaña intermedia para elegir únicamente diputados federales, y no una elección presidencial, la negatividad tuvo un carácter más partidista y no estuvo centrada en las imágenes de candidatos individuales. En contraste con los hallazgos de otros estudios (Integralia, 2015c) que sostienen que únicamente 5 % de los anuncios de los partidos en 2015 fueron negativos, en nuestro trabajo se muestra que el porcentaje de mensajes de ataque, en sus diferentes formas, alcanzó casi una tercera parte (29.8 %) de los *spots* de las campañas nacionales.<sup>7</sup>

**Tabla 1. Tipo de *spot***

	Partido (%)				
	PAN	PRI	PRD	PVEM	MORENA
Promocional no comparativo	9.1	50	71.4	100	-
Promocional comparativo directo	45.5	25	14.3	-	-
Promocional comparativo indirecto	-	-	-	-	-
Ataque no comparativo directo	27.3	12.5	-	-	-
Ataque no comparativo indirecto	-	4.2	-	-	-
Ataque comparativo directo	18.2	8.3	-	-	-
Ataque comparativo indirecto	-	-	14.3	-	100
<b><i>N</i>*</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

\* En todas las tablas en las que aparece, *N* hace referencia al número total de *spots*.  
Fuente. Elaboración propia.

<sup>7</sup> Cabe mencionar que esta diferencia se debe, en gran parte, a la metodología utilizada en dicho estudio, ya que nuestro análisis en esta sección abarca solamente los *spots* de las campañas nacionales de los partidos, mientras que el análisis de Integralia incluye las campañas nacionales y las de los candidatos individuales, sin hacer ninguna distinción entre ambas.

En el caso del PAN, poco más de la mitad de sus *spots* fueron promocionales (54.6 %): 9.1 %, promocionales no comparativos, y 45.5 %, promocionales comparativos directos. El restante 45.4 % comprendió anuncios de ataque: 27.2 %, de ataque no comparativo directo, y 18.2 %, de ataque comparativo directo. En suma, casi dos terceras partes de los *spots* del PAN fueron de tipo comparativo (véase tabla 1). En este sentido, se pueden distinguir dos etapas en la campaña de Acción Nacional. En una etapa inicial, montó una intensiva estrategia de ataque que exhibía la corrupción y la falta de capacidad de los Gobiernos priistas. Sin embargo, en una segunda etapa, que inició a finales de abril, modificó su estrategia de campaña, con *spots* promocionales centrados en propuestas económicas, tales como subir el salario mínimo, bajar los impuestos y mejorar la economía nacional, con el eslogan denominado “las tres del PAN”. No obstante, la dirigencia nacional de dicho partido también mantuvo al aire *spots* negativos que criticaban la reforma fiscal aprobada por el PRI y el PRD (Ferrer, 2015) (véase tabla 2).

**Tabla 2. Spot de campaña del PAN**

Audio	Video
<p>Sujeto 1: La reforma fiscal de Peña les aumentó un 5 % de impuestos a los que ganan mucho, y a los que ganan poquito les aumentó el 163 % de impuestos.</p> <p>Voz en <i>off</i>: Cambiemos el rumbo con buenas ideas; cambiemos la reforma y bajemos los impuestos.</p> <p>Sujeto 1: Buenos días.</p>	<p>En plano medio, una mujer aborda a un hombre trabajando en un negocio de comida y le muestra un cartel en donde se venden dos carteras, una llena de dinero acompañada de la leyenda 5 % y otra vacía con la leyenda 163 %. Arriba de las imágenes, se ve un letrero en donde se lee “reforma fiscal” y se aprecia el logo del PRI.</p> <p>El hombre del negocio, por medio de una expresión facial, realiza un gesto de disgusto; luego, en plano corto, se enfatiza su rostro y la escena pierde color. Posteriormente, aparece el logo del PAN, el color regresa, de fondo el negocio de comida.</p> <p>La entrevistadora se acerca a un señor en la calle, quien parece estar cambiando las pla-</p>

Audio	Video
<p>Entrevistador: ¿Tú qué opinas de que la reforma fiscal del PRI haya aumentado tanto los impuestos en la frontera?</p> <p>Sujeto 1: Nos vamos a ir a la chingada con estos vatos; es más, ahorita voy a ir al otro lado a comprarles sus maletas.</p> <p>Voz en <i>off</i>: Cambiemos la reforma y bajemos los impuestos. Claro que se puede. ¿A poco no?</p>	<p>cas de su camioneta, pertenecientes al estado de Chihuahua. Al momento le enseña un cartel en el que se aprecian dos imágenes: en la primera se ve una caseta de automóviles a la salida del país, sobre la imagen una flecha que apunta hacia arriba y debajo de ella se lee “IVA”; en la segunda imagen se aprecian algunos negocios cerrados, sobre ella, una flecha apuntando hacia abajo y, debajo de ella, la palabra “comercio”. Arriba de las dos imágenes, a manera de letrero, se lee “reforma fiscal” y se aprecia el logo del PRI.</p> <p>La escena, en plano corto, regresa con el señor, quien disgustado le responde a la entrevistadora. Se congela la imagen y con un plano corto se enfatiza la cara del hombre. Aparece el letrero que dice “bajemos los impuestos”, surge el eslogan del PAN y la escena vuelve a tener color.</p>

Fuente. Elaboración propia con base en anuncio del PAN.

Por su parte, el PRI basó su campaña en mensajes principalmente de tipo promocional (50 % no comparativos y 25 % comparativos), lo que se esperaba de un partido que se encuentra al frente del Gobierno, ya que, por un lado, con los mensajes promocionales no comparativos se resaltaron las principales virtudes del mandato en turno y, por el otro, con los promocionales comparativos se destacaron el éxito y la capacidad que tienen los Gobiernos priistas en comparación con los de su más cercano competidor, en este caso el PAN (véase tabla 3). No obstante, es de llamar la atención que el restante 25 % de sus *spots* fue de ataque (no comparativo directo, 12.5 %; no comparativo indirecto, 4.2 %, y comparativo directo, 8.3 %) (véase tabla 1). La mayor parte de éstos en respuesta a los *spots* de ataque de Acción Nacional.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Cabe señalar que, si bien los *spots* de ataque constituyen un porcentaje minoritario de los anuncios del PRI, al comparar este número con el de otros partidos resulta ser significativo, debido a que la cantidad de *spots* que la ley le otorga

**Tabla 3. Spot de campaña del PRI**

Audio	Video
<p>Sujeto 1 (S1), sujeto 2 (S2) y sujeto 3 (S3).</p> <p>S1: Oye, ¿vas a votar por el PRI?</p> <p>S2: No sé.</p> <p>S1: Pero si tú me convenciste hace tres años. Tú mismo me dijiste que el PAN en 12 años no hizo nada: pura guerra, mucho desempleo y no sacaron ni una sola reforma. El PAN nos dejó muy mal.</p> <p>S2: Estamos mejor, ¿verdad?</p> <p>S1: Nos falta mucho, pero ya empezaron a meter a la cárcel a los delincuentes más pesados, <i>hasta ese que se le fue al PAN</i>. En dos años sacaron todas las reformas; la luz bajó, las llamadas de larga distancia ya no las cobran como de larga.</p> <p>S2: Ya, ya, ya. Me convenciste ahora tú a mí.</p> <p>S3. Y a mí también.</p> <p>Voz en <i>off</i>: PRI. Trabajando por lo que más quieres.</p>	<p>Sujetos 1, 2 y 3 viajan en transporte público (camión). Se comienza con un plano medio, que permite ver a otros pasajeros.</p> <p>Se cambia a un plano corto. Los sujetos 1 y 2 viajan juntos. El primero se ve convencido, y el segundo, confundido. Se realizan varios cambios de plano, de corto a medio, alternadamente, mostrando siempre a los dos sujetos.</p> <p>En plano medio, sale a escena el sujeto 3, quien va en el asiento de atrás y se nota convencido por la plática que ha escuchado.</p> <p>Eslogan del PRI.</p>

Fuente. Elaboración propia con base en *spot* del PRI. Cursivas nuestras.

---

al Revolucionario Institucional (5.5 millones) le permite generar un mayor número de versiones para su transmisión. Por ejemplo, el PRI destinó seis de sus 24 versiones de *spots* para realizar ataques, mientras que el PRD sólo contó con siete versiones en total para planear su estrategia de campaña. Esta situación nos permite comprender que, en todo caso, el PRI tiene la oportunidad de “abanderar” una campaña positiva a partir del número de *spots* que se le proporcionan, sin dejar de lado la posibilidad de atacar al oponente. Este beneficio no lo tiene ni su más cercano competidor, el PAN, que en total generó 11 versiones de *spots* (véase tabla 2).

El PRD generó en su mayoría (85.7 %) *spots* promocionales (71.4 % de promocionales no comparativos y 14.3 % de promocionales comparativos directos). El restante 14.3 % correspondió a mensajes de ataque comparativo indirecto (véase tabla 1). La estrategia perredista parece haberse centrado en mostrar la negatividad en las campañas del PRI y el PAN, así como en proyectar las características positivas del propio partido ante el electorado con *spots* que presentaban sus propuestas, algunas de ellas muy parecidas a las de la segunda etapa de la campaña del PAN (véase tabla 4).

**Tabla 4. *Spot* de campaña del PRD**

Audio	Video
<p>Estudiante: Pues el PRI y el PAN se la pasan peleando. No saben de otra.</p> <p>Señor maduro (trabajador): Lo que queremos es saber sus ideas, qué van hacer si ganan la elección.</p> <p>Joven (vocero/militante): Los candidatos del PRD proponen cuatro cosas: activar la economía, subir los salarios para que la gente gane más, cero tolerancia a los políticos corruptos y apoyar con becas-salario a todos los estudiantes. Hacerlo realidad depende de ti. Con tu decisión puedes mejorar las cosas. Este 7 de julio vota por el PRD.</p> <p>Expone propuestas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Activar la economía</li> <li>2. Subir los salarios</li> <li>3. Cero corrupción</li> <li>4. Becas-salario</li> </ol> <p>Voz en <i>off</i>: Tu voz es nuestra voz, PRD.</p>	<p>Comienza con una joven estudiante contrariada, en plano medio; de fondo, una escuela.</p> <p>Señor disgustado, en plano corto; de fondo, árbol y calle.</p> <p>Joven en plano medio en un escenario semiurbano. Hay alternancia de fondos: calle, parques, avenidas. Por cada fondo se exponen de manera gráfica sus propuestas, por medio de anuncios en letras blancas.</p> <p>Logo del PRD.</p>

Fuente. Elaboración propia con base en *spot* del PRD.

Tanto el PVEM como Morena dedicaron 100 % de sus *spots* a un único tipo de mensaje. En el caso del Verde, a mensajes promocionales no comparativos, y Morena, a *spots* de ataque comparativos, que, aunque indirectos, hacían referencia a las fallas de la administración del presidente Enrique Peña Nieto (véase tabla 1).

**Tabla 5. Spot de campaña del PVEM**

Audio	Video
<p>Voz en <i>off</i>: Esto puede ser realidad.</p> <p>Familia (padres, abuelos, hijos).</p> <p>Madre: ¡Mira qué bien se ve!</p> <p>Padre: Y con el vale que nos dieron lo operaron en el otro hospital luego, luego.</p> <p>Hija: Felicidades, abuelo. Ya te veo mucho mejor.</p> <p>Abuelo: Felicidades a ti. Ya no vas a tener que dejar la escuela para trabajar.</p> <p>Candidato: Vamos a promover un programa de vales para que, si en tu clínica del Seguro o el Issste no te atienden, te pasen a otra clínica, y también un programa nacional de becas para que nadie deje la escuela por tener que trabajar.</p> <p>Voz en <i>off</i>: En el verde trabajamos por lo que te importa.</p>	<p>Cartel con mensaje en letras amarillas: “Esto puede ser realidad”.</p> <p>Escena familiar en casa, plano general.</p> <p>Haciendo referencia al abuelo (optimistas).</p> <p>Plano corto mostrando a la hija y al abuelo (felices).</p> <p>Plano completo (felices).</p> <p>En plano medio, con fondo verde, aparece el candidato. Con letras amarillas se escribe un cartel que expone quién es el promotor del mensaje (“Rubén Estrada, candidato a diputado federal, distrito 3”).</p> <p>Logo del partido.</p>

Fuente. Elaboración propia con base en *spot* del PVEM.

**Tabla 6. *Spot* de campaña de Morena**

Audio	Video
<p>Andrés Manuel López Obrador: Lo advertimos: dijimos que nos iban a llevar al despeñadero. Pero estoy optimista; ahora hay un despertar ciudadano, y es de sabios cambiar de opinión.</p> <p>Vamos a volver a tener en nuestras manos el destino de nuestras familias y el destino de México.</p> <p>En Morena tu voto sí vale. Busca en la boleta a Morena. Nos dejaron hasta el último y con letra muy pequeñita, pero vota por Morena, la esperanza de México.</p> <p>Voz en <i>off</i>: Morena, la esperanza de México.</p>	<p>Inicia con un plano corto de López Obrador sobre un fondo urbano, edificios, y cambia a un plano medio, para luego volver de nuevo a un plano corto. En el resto del <i>spot</i>, la imagen se va alternando entre ambos planos y finaliza con un plano corto de López Obrador sobre el mismo fondo.</p> <p>Logo de Morena.</p>

Fuente. Elaboración propia con base en *spot* de Morena.

## Objeto del ataque

Con el fin de profundizar en el uso de los *spots* de ataque en las campañas nacionales, se analizó quién era el objeto de ataque de los anuncios, así como qué aspectos de las organizaciones partidistas se atacaban en los *spots*. Se encontró que el objeto de ataque en la elección fueron los partidos políticos, con algunas diferencias, las cuales se exponen a continuación:

- PAN. De los *spots* expuestos por este partido, 60 % hacían referencia al Gobierno en funciones; 40 % restante, a la imagen y el desempeño político previo del PRI. Los estrategas de Acción Nacional concentraron sus ataques en las deficiencias y la falta de resultados del

mandato de Enrique Peña, así como en la mala reputación de ciertos dirigentes y gobernantes priistas.

- PRI. 100 % de los *spots* de ataque de este partido hacían referencia a la imagen y el desempeño político previo, lo que nos permite inferir que estos anuncios tenían como principal objetivo dar respuesta a la campaña negativa del PAN. Los *spots* criticaban el pobre desempeño de Acción Nacional en diversas áreas de política pública cuando se encontraba al frente del Ejecutivo (2000-2012).
- PRD. El único *spot* negativo lanzado en campaña por el PRD se centró en la imagen y el desempeño político previos del PRI y el PAN. Esta situación, como se mencionó anteriormente, puede deberse a la cantidad de anuncios a la que tuvo acceso este partido, ya que, a diferencia del PAN y, sobre todo, del PRI, el PRD quizás no contó con el tiempo suficiente para realizar más versiones de *spots* y estrategias de ataque más específicas.
- Morena. El partido de López Obrador centró sus ataques en la administración de Peña Nieto, dedicándole las dos versiones de anuncios que presentó.

## Protagonista

Respecto al principal protagonista en los anuncios, se observa que los dos partidos punteros en las encuestas, el PRI y el PAN,<sup>9</sup> recurrieron la mayor parte del tiempo a ciudadanos comunes para promocionarse (véase tabla 7). La estrategia del PAN, en este sentido, fue muy clara desde un inicio y se modificó poco a lo largo de la campaña. Tanto en sus *spots* promocionales como de ataque, los estrategas panistas utilizaron la idea de ciudadanos de a pie como los principales participantes de los anuncios. El PRI, por su parte, también recurrió a la imagen de ciudadanos, quienes desde escena-

---

<sup>9</sup> A principios de abril, fecha en que dio inicio la campaña electoral, según la encuesta Mitofsky, el PRI contaba con 32.7 % de las preferencias de voto para diputados federales; seguido por el PAN, con 23.5 %; el PRD, con 16 %; Morena, con 11.2 %, y el PVEM, con 7.1 %.

rios comunes, como el hogar, la calle o el centro de trabajo, defendieron los logros y las reformas estructurales que Peña Nieto realizó durante sus primeros tres años como presidente, en comparación con los magros resultados de las administraciones panistas, y pidieron paciencia a los electores para ver los resultados de las reformas (véase tabla 3).

Una estrategia distinta fue la que siguieron los demás partidos. El PRD fue el que más diversidad tuvo respecto a los protagonistas de sus anuncios, recurriendo principalmente al eslogan del propio partido; en otros *spots* fueron los ciudadanos quienes presentaron al partido como una mejor alternativa respecto a las administraciones panistas y priistas, y en dos *spots* más los protagonistas fueron el líder del partido y una voz en *off*. El Partido Verde, acusado de anticipar su campaña y multado durante la primera semana de ésta por la entrega de material escolar, recuperó las propuestas realizadas durante la elección presidencial de 2012, e incorporó nuevos temas para mostrarse como un partido propositivo que cumple sus compromisos de campaña. En la mayor parte de los mensajes, el partido fue el protagonista (véase tabla 7). Al final de sus anuncios, el PVEM cedió un espacio en el que se podía ver a alguno de sus candidatos o al dirigente nacional apoyando la propuesta a la que se hacía referencia (véase tabla 5). Morena, por su parte, recurrió a la figura de su líder y fundador, López Obrador, quien, en los anuncios, hizo énfasis en la corrupción gubernamental como principal problema del país y apeló al cambio, proponiendo a su partido como la “Esperanza de México” (véase tabla 6).

**Tabla 7. Protagonista por partido**

	Partido (%)				
	PAN	PRI	PRD	PVEM	MORENA
Militante	-	4	-	-	-
Partido político	-	8	43	100	-
Voz en <i>off</i>	18	13	14	-	-
Líder de partido	-	-	14	-	100
Ciudadano común	82	75	29	-	-
<i>N</i>	11	24	7	3	2

Fuente. Elaboración propia.

## Temas

En la tabla 8 se muestran los temas enfatizados en los *spots* de los partidos. En el caso del PRI, la estrategia giró en torno a las reformas estructurales impulsadas por la administración de Peña Nieto, las cuales fueron un tema recurrente para promover una imagen de capacidad y buen desempeño gubernamental. En el caso del PAN, los temas enfatizados en sus *spots* fueron, en primer lugar, los simbólicos; seguidos de los económicos, de seguridad y corrupción, este último punto ocupó un lugar relevante por los escándalos de conflictos de intereses en los que se vieron inmiscuidos el presidente de la república y su círculo más cercano. El PRD, por su parte, tocó los cuatro tipos de temas propuestos; no obstante, enfatizó en los sociales. Otros temas secundarios que también estuvieron presentes en la campaña mediática perredista fueron los simbólicos y la corrupción. La campaña del PVEM se centró en temas como la educación, el empleo y la salud. En tanto que los dos *spots* analizados de Morena exhibieron dos preocupaciones: por un

lado, el tema de la corrupción; por el otro, el mal desempeño económico del Gobierno, lo que López Obrador denominó, desde la campaña presidencial de 2012, como el “despeñadero” (véase tabla 6). Frente a los principales problemas, la imagen que buscó transmitir este dirigente fue de honestidad e integridad, de ser un partido diferente al resto.

**Tabla 8. Temas**

	Partido (%)				
	PAN	PRI	PRD	PVEM	MORENA
Económicos	36.4	29.2	14.3	-	-
Sociales (salud, educación, minorías)	-	41.7	42.9	100	-
Seguridad/corrupción	18.2	16.7	14.3	-	50
Simbólicos (cambio, ética, honestidad, confianza)	45.4	12.5	28.6	-	50
<i>N</i>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

Fuente. Elaboración propia.

### *Contenido principal del spot*

Con base en la clasificación propuesta por García y D’Adamo (2006) se muestra en la tabla 9, que más de la mitad de los *spots* del PRI apelaron a valores de cambio y progreso, lo que resulta coherente con su posición al frente del Gobierno. Al parecer, la finalidad primordial del tricolor fue presentar los principales logros de la administración de Peña Nieto al electorado. El PAN, por su parte, dividió el contenido de sus *spots* en tres grupos: 1) partidario, en donde se procuró incentivar el voto del ciudadano por el partido; 2) ambigua solución política a un tema, el cual se notó a partir del lema de campaña, “las tres del

cambio”, y 3) enfatizando preocupaciones económicas y la corrupción a través de los *spots* de ataque. El PRD inclinó su contenido también hacia la apelación de valores de cambio, tratando de posicionarse como un partido de cambio y progreso, para lo que se respaldó en su desempeño político previo en la Ciudad de México. En los casos del PVEM y de Morena, el primero utilizó sus *spots* para promocionar propuestas específicas y el segundo usó sus anuncios para enfatizar preocupación sobre diversos temas/problemas públicos.

**Tabla 9. Contenido principal**

	Partido (%)				
	PAN	PRI	PRD	PVEM	MORENA
Partidario	27.3	20.8	-	-	-
Ambigua solución política de un tema	27.3	-	-	-	-
Específica propuesta política	9.1	-	14.3	100	-
Apelaciones a grupos	-	4.2	-	-	-
Apelaciones a valores de cambio, progreso, etc.	9.1	62.5	71.4	-	-
Se enfatizan preocupaciones: económicas, corrupción, etc.	27.3	12.5	14.3	-	100
<i>N</i>	11	24	7	3	2

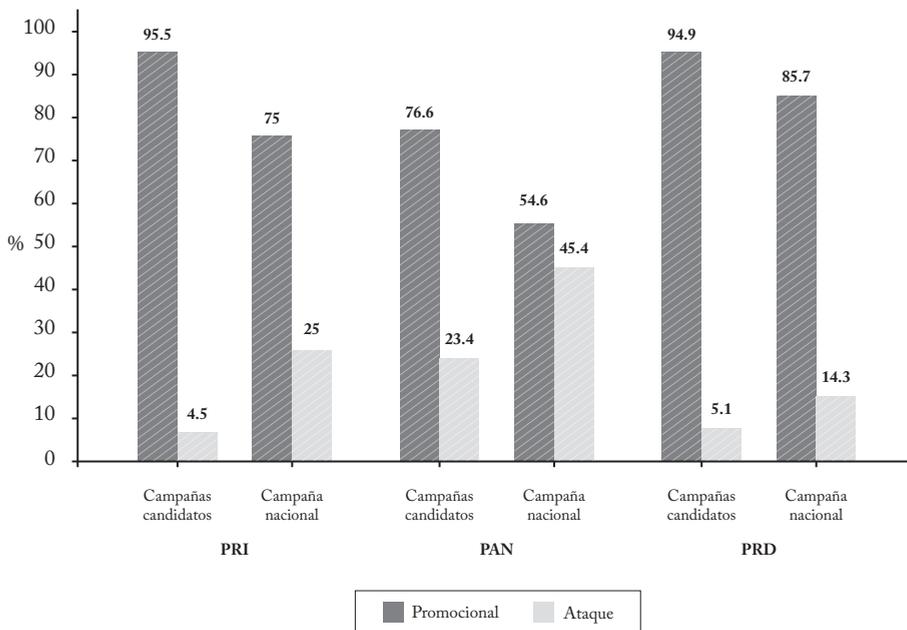
Fuente. Elaboración propia.

### **Análisis de los *spots*: campañas de los candidatos individuales**

Como era de esperarse, a diferencia de los *spots* de las campañas nacionales realizadas por las dirigencias de los partidos, los anuncios de los candidatos

a diputados federales mostraron un menor grado de negatividad (véase figura 2). En contraste con la campaña nacional, en las de los candidatos del PRI se observa una disminución considerable en el porcentaje de anuncios de ataque, ya que únicamente 4.5 % de los *spots* correspondieron a esta categoría. En las campañas de Acción Nacional, se redujo el porcentaje de *spots* de ataque en 25 %; no obstante, aún fue marcado el uso estratégico de este tipo de anuncios por los candidatos panistas. Por último, los candidatos del PRD, al igual que los del PRI, realizaron campañas predominantemente positivas, al transmitir solamente 5 % de *spots* de ataque.

**Figura 2. Tipos de *spots*: campaña nacional y campañas de los candidatos a diputados federales (%)**



Fuente. Elaboración propia.

Los datos muestran que es cuestionable realizar un análisis general de los *spots* sin distinguir entre las campañas nacionales diseñadas por las dirigencias de los partidos y las campañas de los candidatos individuales, como el realizado por Integralia (2015c). De manera general, podemos mencionar que, si sólo se consideraran en el análisis los *spots* emitidos por los candidatos individuales, sin duda se podría hablar de una campaña predominantemente positiva, como lo sostienen estudios previos (Integralia, 2015c). No obstante, puesto que las campañas nacionales de los partidos fueron considerablemente más negativas que las de los candidatos individuales y tienen una mayor cobertura y penetración a nivel nacional, es cuestionable sostener que los partidos prefirieron realizar campañas predominantemente positivas en la elección de 2015.

### *Análisis por partido*

Los candidatos de los tres partidos utilizaron principalmente *spots* promocionales, en su mayoría de tipo no comparativo, con el fin de posicionar su imagen entre el electorado (véase tabla 10). En general, este tipo de anuncios resalta los atributos positivos de las imágenes de los candidatos y, entre otras funciones, sirve para darlos a conocer, enfatizando sus características y capacidades, así como sus propuestas.

**Tabla 10. Tipo de *spot***

Tipo de <i>spot</i>	Partido (%)		
	PAN	PRI	PRD
Promocional no comparativo	66	93.6	86.4
Promocional comparativo directo	3.3	-	1.7
Promocional comparativo indirecto	7.3	1.9	6.8
Ataque no comparativo directo	6.7	1.3	3.4
Ataque no comparativo indirecto	0.7	-	-
Ataque comparativo directo	14.7	0.6	1.7
Ataque comparativo indirecto	1.3	2.6	-
<i>N</i>	<b>150</b>	<b>156</b>	<b>59</b>

Fuente. Elaboración propia.

## Objeto del ataque

La mayoría de los *spots* de ataque realizados por el PRI (85.7 %) fueron dirigidos a otro partido, y el porcentaje restante (14.3 %), a candidatos individuales. A estos candidatos se les atacó por su reputación personal. Para el caso de los partidos, se atacaron los siguientes aspectos: imagen y desempeño público previo, desempeño en funciones e injerencia en el proceso electoral. El PAN, por su parte, sólo dedicó uno de sus *spots* de ataque (2.8 %) a un candidato, a quien se le cuestionó por sus posiciones de política pública; para el resto de sus ataques, los cuales fueron dirigidos a los demás partidos (97.2 %), se cuestionó sobre todo al Gobierno en funciones y el desempeño público previo, principalmente del PRI. La totalidad de los mensajes de ataque del PRD aludieron a los partidos, enfatizando especialmente su desempeño previo en funciones. En resumen, podemos decir que los re-

sultados obtenidos reflejan las dinámicas de campaña en elecciones legislativas, ya que en contiendas presidenciales se cuestiona la imagen de los candidatos sobre todo.

*Protagonistas y temas de los spots*

Para el caso de los protagonistas de los *spots*, una vez más se encuentran diferencias significativas entre las campañas nacionales y las de los candidatos individuales. En las campañas de los candidatos existe un mayor énfasis en darlos a conocer; por lo tanto, éstos son los principales protagonistas de los anuncios (véase tabla 11).

**Tabla 11. Protagonista de los *spots* (%)**

Protagonista	Partido (%)		
	PAN	PRI	PRD
Candidato	67.3	66.7	76.3
Militante	0.7	2.6	1.7
Partido político	–	3.8	3.4
Voz en <i>off</i>	9.3	16	11.9
Ciudadano común	22.7	10.9	6.8
<i>N</i>	150	156	59

Fuente. Elaboración propia.

En cuanto a las temáticas de los *spots* (véase tabla 12), el PRI abordó principalmente temas simbólicos y sociales, lo cual parece estar de acuerdo con las líneas de acción de la campaña nacional. Empero, no existió un

porcentaje significativo de *spots* que aludieran a temas económicos, lo que llama la atención, al ser una de las principales materias abordadas por la campaña nacional, que basó mucha de la información proporcionada en los anuncios en los logros de la administración de Peña Nieto. Por su parte, el PAN se concentró, al igual que el PRI, en temas simbólicos, con el lema nacional de campaña “Claro que se puede, ¿apoco no?”, exhibiendo, además, un alto nivel de centralización. El eslogan aludía a la necesidad de que existiera un cambio en las líneas de acción del Gobierno. En segundo y tercer lugar, las temáticas más recurrentes en las campañas de los diputados panistas respondieron a la línea estratégica del nivel nacional, con la campaña “las tres del cambio”, que tocó principalmente temas económicos y sociales. En el caso del PRD, el partido centró el interés en los temas sociales, ya que, como lo muestra la tabla 12, casi la mitad de los *spots* empleados por éste aludieron a estos temas; en segundo lugar, al igual que los otros dos partidos, hizo mención de temas simbólicos, y sólo un porcentaje muy bajo de los *spots* aludió a asuntos de seguridad y económicos, pese a la relevancia de ambas problemáticas para la población.

**Tabla 12. Temas de los *spots* (%)**

Temas	Partido (%)		
	PAN	PRI	PRD
Económicos	15.3	3.8	6.8
Sociales (salud, educación, minorías)	22	39.7	45.8
Seguridad/corrupción	10.7	4.5	8.5
Simbólicos (cambio, ética, honestidad, confianza)	52	51.9	39
<i>N</i>	<b>150</b>	<b>156</b>	<b>59</b>

Fuente. Elaboración propia.

## Contenido principal del *spot*

En cuanto al contenido de los *spots* empleados (García y D’Adamo, 2006), el PRI, al igual que en campaña nacional, se centró en realizar apelaciones a valores de cambio y progreso. Este tipo de contenido tiene sentido al ser el tricolor el partido dominante en este momento, y al enfocar la mayoría de sus *spots* a los logros obtenidos al frente del Gobierno y como la primera minoría en el Congreso, la segunda categoría enfatizada fue la que especifica una determinada propuesta política, propia de una campaña legislativa. El PAN, bajo situaciones diferentes, expuestas en el apartado en el que se habla sobre los temas, apeló a valores de cambio; de manera similar al PRI, cargó el contenido de sus *spots* con específicas propuestas políticas. Por último, el PRD puso, al igual que los otros dos partidos, el énfasis en realzar valores de cambio; no obstante, su segundo tipo de contenido fueron ambiguas propuestas políticas.

**Tabla 13. Contenido predominante de los *spots* (%)**

Contenido	Partido (%)		
	PAN	PRI	PRD
Partidario	1.3	-	13.6
Preocupación de un candidato por un tema	-	-	3.4
Ambigua solución política de un tema	12	16.7	20.3
Específica propuesta política	28.7	25.6	8.5
Características personales del candidato	5.3	12.8	-
Apelaciones a valores de cambio, progreso, etc.	37.3	41.7	35.6
Se enfatizan preocupaciones: económicas, corrupción, etc.	15.3	3.2	18.6
<i>N</i>	<b>150</b>	<b>156</b>	<b>59</b>

Fuente. Elaboración propia.

## Conclusiones

Desde el punto de vista de la comunicación política en campañas electorales, entendida como el proceso interactivo que construye una realidad para los votantes (Gerstlé, Kaid y Sanders, 1991, p. 11), el análisis de las estrategias de los partidos a través de los *spots* televisivos en la elección intermedia de 2015 ha dejado elementos interesantes que destacar. Una de las tendencias más evidentes es el uso estratégico de la negatividad en campaña nacional, no así en campañas de candidatos o legislativas. Por ejemplo, en el primer tipo de campaña, la estrategia de Acción Nacional se focalizó en tratar de activar los razonamientos de índole económica entre el electorado. La mayoría de los *spots* de ataque del PAN se orientaron a promover un voto de castigo a la gestión económica y a la corrupción de la administración del presidente Peña Nieto, en un intento por reducir el apoyo al otrora partido hegemónico entre los electores independientes. No obstante, en campaña legislativa, esta situación cambió notoriamente, ya que, si bien el PAN mantuvo el lema de campaña nacional, en el plano local enfatizó con mayor fuerza en temas simbólicos.

En todo caso, la estrategia no parece haber funcionado como los panistas esperaban. En parte, debido a que el PRI adoptó rápidamente una eficaz estrategia defensiva y de contrataque, señalando, por un lado, la incapacidad y la corrupción de las administraciones panistas, y promoviendo, por el otro, las evaluaciones económicas retrospectivas de tipo positivo entre los votantes, mediante *spots* promocionales comparativos que destacaban los logros de la administración del presidente Peña Nieto frente a la ineficiencia de los gobiernos panistas. Quizás, el problema con la ofensiva del PAN es que se basó en temas de valencia con los cuales la gran mayoría de los electores están de acuerdo: activar la economía y combatir la corrupción. Esta situación a nivel local fue llevada de manera más general, ya que el principal contenido de los *spots* hacía referencia a valores de cambio y progreso.

En el caso de los partidos de izquierda: en el PRD no se distinguen claramente sus estrategias electorales, ya que utilizó *spots* positivos y negativos, pero sin enfatizar de manera clara y consistente algún tema en específico. Esta situación fue visiblemente replicada en el plano local, en

donde buscaba abarcar una gran cantidad de temas sin estrategia fija. En cuanto a Morena, su campaña nacional giró en torno a un único actor: López Obrador, quien mantuvo el protagonismo en los medios de comunicación y también el discurso continuo de ataque, sin propuestas específicas. Por último, la estrategia del PVEM parece haberse enfocado en proyectar una imagen de partido legislativo que cumple sus promesas, mediante una campaña en medios principalmente temática.



## Fuentes de consulta

- Adler, Ilya; Adler-Lomnitz, Larissa; y Salazar-Elena, Rodrigo (2010). *Symbolism and ritual in a one-party regime: Unveiling Mexico's political culture*. Tucson, Arizona: University of Arizona Press.
- Atwood, Erwin y O'Keefe, Garrett (1981). "Communication and election campaign". En Dan Nimmo y Keith Sanders (Eds.), *The Sage handbook of political communication*. Londres: Sage.
- Becerra, Ricardo; Salazar, Pedro; y Woldenberg, José (2000). *La mecánica del cambio político en México: elecciones, partidos y reformas*. México: Cal y Arena.
- Beltrán, Ulises (2007). "The combined effect of advertising and news coverage in the Mexican presidential campaign of 2000". *Political Communication*, 1, 37-63.
- Benton, Allyson y Langston, Joy (2009, enero). "A ras de suelo': apariciones de candidatos y eventos en la campaña presidencial de México". *Política y Gobierno*, vol. 16, 135-176.
- Berelson, Bernard; Gaudet, Hazel; y Lazarsfeld, Paul Felix (1944). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. Nueva York: Duell, Sloan, and Pearce.
- Butler, David y Ranney, Austin (Eds.) (1992). *Electioneering: A comparative study of continuity and change*. Oxford: Clarendon Press.
- Chihu Amparán, Aquiles (2011). *El framing del spot político*. México: Miguel Ángel Porrúa/Universidad Autónoma Metropolitana/H. Cámara de Diputados.
- Chihu Amparán, Aquiles (2014). *La imagen de los partidos políticos en México*. México: Miguel Ángel Porrúa/Universidad Autónoma Metropolitana/Conacyt.
- Copeland, Gary y Johnson-Cartee, Karen S. (1989). "Southern voters reaction to negative political ads in 1986 election". *Journalism Quarterly*, 4.
- Córdova, Lorenzo (2011). "Las razones y el sentido de la reforma electoral de 2007-2008". En María del Carmen Alanís, Jorge Alcocer, César Astudillo et al., *Estudios sobre la reforma electoral 2007. Hacia un nuevo modelo* (pp. 47-70). México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

- D'Adamo, Orlando; García Beaudoux, Virginia; y Slavinsky, Gabriel (2005). *Comunicación política y campañas electorales*. Barcelona: Gedisa.
- De Vreese, Claes H. (2010). "Campaign communication and media". En Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi y Pippa Norris (Comps.), *Comparing democracies 3: Elections and voting in the 21st century*. Londres: Sage.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco (2015). "Marketing político y profesionalización de las campañas electorales del Partido Acción Nacional y el Partido de la Revolución Democrática (1994-2006)". *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 11 (4), 121-170.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco y Vivero Ávila, Igor (2014). "¿Efectos limitados o poderosos? Una revisión a la investigación sobre los efectos de las comunicaciones de campaña en México". *Revista Debates*, 1, 31-53.
- Díaz Jiménez, Oniel Francisco y Vivero Ávila, Igor (2015). "Las dimensiones de la competencia en el sistema de partidos mexicano (1979-2012)". *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 22 (68), 13-49.
- Farrell, David M. (1996). "Campaign strategies and tactics". En Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi y Pippa Norris (Eds.), *Comparing democracies: Elections and voting in global perspective* (pp. 160-183). California: Sage.
- Farrell, David M. y Webb, Paul (2000). "Political parties as campaign organizations". En Russell J. Dalton y Martin P. Wattenberg (Eds.), *Parties without partisans: Political change in advanced industrial democracies* (pp. 102-128). Oxford: Oxford University Press.
- Ferrer, Heriberta (2015). "PAN dejará guerra sucia y apostará por propuestas". *El Financiero*. Recuperado en octubre de 2015, de <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/pan-dejara-guerra-sucia-y-apostara-por-propuestas.html>
- Freidenberg, Flavia y González Tule, Luis (2009). "Estrategias partidistas, preferencias ciudadanas y anuncios televisivos: un análisis de la campaña electoral mexicana de 2006". *Política y Gobierno*, vol. XVI, 269-320.
- García Beaudoux, Virginia y D'Adamo, Orlando (2006). "Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo". *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 2, 81-111.

- Gerstlé, Jacques; Kaid, Lynda Lee; y Sanders, Keith R. (Eds.) (1991). *Mediated politics in two cultures: Presidential campaigning in the United States and France*. Nueva York: Praeger.
- Gisselquist, Rachel y Lawson, Chappell (2006). *Preliminary findings from content analysis of television spots in Mexico's 2006 presidential campaign. Mexico 2006 panel study*. Recuperado de <http://web.mit.edu/polisci/research/mexico06/Papers.html>
- Guerrero, Manuel Alejandro y Arellano Toledo, Marco (2012). *Campañas negativas en 2006: ¿cómo afectaron el voto?* México: Universidad Iberoamericana.
- Holtz-Bacha, Christina y Kaid, Lynda Lee (Eds.) (1995). *Political advertising in western democracies: Parties & candidates on television*. California: Sage.
- Holtz-Bacha, Christina y Kaid, Lynda Lee (2006). *The Sage handbook of political advertising*. California: Sage.
- Hughes, Sallie (2006). *Newsrooms in conflict: Journalism and the democratization of Mexico*. Pensilvania: University of Pittsburgh Press.
- Instituto Nacional Electoral (2015). Disponible en [www.ine.mx/](http://www.ine.mx/)
- Integralia (2015a). “Aumentan 70% spots de los partidos, causan inequidad”. *El Financiero*. Recuperado en octubre de 2015, de <http://www.elfinanciero.com.mx/pages/central-politica-aumentan-70-spots-de-los-partidos-causan-inequidad.html>
- Integralia (2015b). “Partidos con más dinero para elecciones intermedias”. *El Financiero*. Recuperado en octubre de 2015, de <http://www.elfinanciero.com.mx/pages/central-politica-partidos-con-mas-dinero-para-elecciones-intermedias.html>
- Integralia (2015c). “Partidos prefieren ‘campañas positivas’”. *El Financiero*. Recuperado en septiembre de 2015, de <http://www.elfinanciero.com.mx/pages/partidos-prefieren-campanas-positivas.html>
- Jara Elías, Rubén y Garnica Andrade, Alejandro (Eds.) (2013). *Audiencias saturadas, comunicación fallida: el impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*. México: Grupo Delphi.
- Kaid, Lynda Lee (1999). “Political advertising: A summary of research findings”. En B. Newman (Ed.), *The handbook of political marketing*. California: Sage.

- Kievsky, Tamara (2013). “Campañas electorales: análisis comparativo de la comunicación política en redes sociales de los candidatos legislativos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”. Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Universidad de Belgrano, Buenos Aires, Argentina. Recuperado de [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/610\\_Kievsky.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/tesinas/610_Kievsky.pdf)
- Kiousis, Spiro y Strömbäck, Jesper (2014). “Strategic political communication in election campaigns”. En Carsten Reinemann (Ed.), *Political communication* (pp.109-128). Berlín: Mouton de Gruyter.
- Klesner, Joseph L. (2005). “Electoral competition and the new party system in Mexico”. *Latin American Politics & Society*, 2, 103-142.
- Langston, Joy (2006). *Congressional campaigning in Mexico* (colección Documentos de Trabajo, núm. 184). México: Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- Lawson, Chappell (2002). *Building the fourth estate: Democratization and the rise of a free press in Mexico*. Berkeley: University of California Press.
- Lawson, Chappell (2008). “Election coverage in Mexico”. En Jesper Strömbäck y Lynda Lee Kaid (Comps.), *The handbook of election news coverage around the world* (pp. 370-384). Londres: Routledge.
- Lozano Rendón, José Carlos (2006). “Political advertising in Mexico”. En Lynda Lee Kaid y Christina Holtz-Bacha (Eds.). *The Sage handbook of political advertising* (pp. 259-267). California: Sage.
- Lugo Rodríguez, Ramón Alberto (2011). *Estrategias de comunicación política. Análisis del spot televisivo de ataque en la competencia electoral*. México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Maldonado Maldonado, Lauro; Muñiz Muriel, Carlos; y Segoviano Hernández, José (2013). “Transmitiendo información a través de los spots televisivos electorales: análisis de contenido desde la teoría del *framing*”. En Angélica Mendieta Ramírez, Jorge Luis Castillo Durán y Francisco Rodríguez Escobedo (Comps.), *La complejidad de la comunicación política: actores y escenarios* (pp. 123-138). Puebla: Benemérita Universidad de Puebla.
- Meirick, Patrick (2002). “Responses to negative and comparative political advertising”. *Journal of Advertising*, 31, 1.

- Merritt, Sharyne (1984). "Negative political advertising some empirical findings". *Journal of Advertising*, 13, 3.
- Moreno, Alejandro (2003). *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Moreno, Alejandro (2004). "The effects of negative campaigns on Mexican voters". En Jorge I. Domínguez y Chappell Lawson (Eds.), *Mexico's pivotal democratic election: Candidates, voters, and the presidential campaign of 2000* (pp. 243-268). California: Stanford University Press.
- Norris, Pippa (2002). "Campaign communications". En Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi y Pippa Norris (Eds.), *Comparing democracies 2: New challenges in the study of elections and voting* (pp. 127-147). Londres: Sage.
- Pinkleton, Bruce (1997). "The effects of negative comparative advertising on candidate evaluations and advertising evaluations: An exploration". En *Journal of Advertising*, 26, 19-29.
- Plasser, Fritz y Plasser, Gunda (2002). *Global political campaigning: A worldwide analysis of campaign professionals and their practices*. Connecticut: Praeger.
- Sádaba Garraza, Teresa (2003). "Los anuncios de los partidos en televisión. El caso de España (1993-2000)". En Salomé Berrocal (Coord.), *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- Smith, Jennifer K. (2004). "Campaign specialists, party receptivity, and the professionalization of election campaigns: Theory and a case study". Artículo presentado en la reunion anual de la Asociación Americana de Ciencia Política, Chicago, Estados Unidos de Norteamérica.
- Smith, Jennifer K. (2006). "The politics of campaign professionalization". Artículo presentado en el encuentro anual de la Asociación de Ciencia Política de Medio Oeste, Chicago, Estados Unidos de Norteamérica.
- Trejo Delarbre, Raúl (2001). *Mediocracia sin mediaciones: prensa, televisión y elecciones*. México: Cal y Arena.
- Trent, Judith y Friedenberg, Robert (2004). *Political campaign communication. Principles and practices*. Nueva York: Rowman & Littlefield Publishers.



plumas y

letras





# Afiliación partidaria para fortalecer la democracia

*Strengthening Democracy through Party Affiliation*

Ricardo de la Peña\*

## Resumen

Recientemente, los mexicanos disponemos de una nueva herramienta para el conocimiento de la realidad electoral del país: los padrones de afiliados a los partidos políticos nacionales. La evidencia muestra, sin embargo, que no existe relación alguna, para fines prácticos, entre los reportes de afiliación por partido y los respaldos que los electores les otorgan a esos mismos institutos políticos en las urnas. La revisión de la vasta cantidad de datos públicamente disponibles permite sugerir reformas que simplifiquen, universalicen y hagan realmente individuales y equitativos los métodos de afiliación a los partidos políticos. La modernidad política demanda asegurar la libre adhesión ciudadana a estas organizaciones de interés público.

**Palabras clave:** afiliación, partidos, democracia, votación, militancia.

**Artículo** recibido el 15 de mayo de 2016 y aceptado para su publicación el 5 de julio de 2016. La **dictaminación** de este trabajo fue realizada por evaluadores externos al Instituto Electoral del Estado de México en sus primeros dos dictámenes, así como en el tercero.

■ pp. 53-77

---

\* Sociólogo egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Cuenta con dos diplomados: en Análisis Político, por la Universidad Iberoamericana, y en Economía Aplicada, por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). Ganó el premio de economía "Juan F. Noyola" en 1981. Es presidente ejecutivo de Investigaciones Sociales Aplicadas (ISA) desde 1998, director adjunto de la *Revista Mexicana de Opinión Pública* de la UNAM desde 2006, secretario del Colegio de Especialistas en Demoscopia y Encuestas (CEDE) y secretario de organización de la Sociedad Mexicana de Estudios Electorales (Somee). Correo electrónico: ricartur@gmail.com

## Abstract

Mexicans have recently acquired a new tool for understanding our elections: national political party membership rosters. Evidence shows, however, that, for all practical purposes, no correlation exists between party affiliation and how voters actually behave at the polls. A review of the vast amount of publically-available data makes it possible to suggest reforms that would simplify and make universally available individual, egalitarian methods of affiliation to political parties. Modern politics demands ensuring that people be able to freely affiliate to these organizations in the public interest.

**Key words:** affiliation, parties, democracy, voting, activism.

## Introducción

En el presente ensayo se busca analizar la información públicamente disponible sobre la afiliación a los partidos políticos nacionales en México, aproximarse a la relación entre la afiliación y la votación lograda por estos mismos partidos, y sugerir posibles opciones para perfeccionar los procedimientos de afiliación formal en nuestro país.

Lo anterior, partiendo de la definición convencional del partido político como una entidad de interés público cuyo fin es promover la participación de los ciudadanos en la vida democrática de un país y contribuir a la formación de la representación nacional. En ese sentido, se entiende que las adhesiones a un partido político pueden tener dos distintos alcances: quedarse simplemente en la expresión de un respaldo hacia una organización entre el conjunto de contendientes por la representación nacional mediante el voto; o avanzar en la adhesión activa, como afiliado o militante, asumiendo que se comparen los intereses, los principios, los valores y los objetivos con los demás miembros del partido al que se afilia un ciudadano. Se supondría, luego, que los afiliados constituyen un subgrupo de entre quienes respaldan a un instituto político, por lo que la

afiliación alcanzada por un partido debiera ser regularmente inferior a la votación que logre. Pero, como veremos, esto no siempre es así.

Para este estudio se toman datos sobre la afiliación partidaria en México, recientemente puestos a disposición pública en el sitio del Instituto Nacional Electoral (INE, 2016c). Con éstos, son cada vez más las herramientas con las que la democracia en México dota a los ciudadanos para el conocimiento de la realidad política de la república.

Ello, como es costumbre en este país, fue resultado de arduas negociaciones y disputas legales, que llevaron a que el 30 de agosto de 2012, en sesión ordinaria del Consejo General del entonces Instituto Federal Electoral (IFE), se aprobara el Acuerdo CG617/2012 por el que, en acatamiento a la sentencia emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) en el expediente SUP-RAP-570/2011, se aprobaron los *Lineamientos para la verificación del padrón de afiliados de los partidos políticos nacionales para la conservación de su registro*, en donde se estableció, como su nombre lo indica, el procedimiento para llevar a cabo la verificación del padrón de afiliados, así como la metodología que observarían las diversas instancias del instituto comicial para obtener el total de éstos. Dicho acuerdo entró en vigor una vez que fue publicado en el *Diario Oficial de la Federación*, el 13 de septiembre de 2012.

Lo anterior tenía como intención normar lo señalado en el artículo 38, párrafo 1, incisos c), e) y r), del entonces Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), en el que se establecía como una de las obligaciones de los partidos políticos nacionales mantener el mínimo de afiliados, en las entidades federativas o distritos electorales, requeridos para su constitución y registro; cumplir sus normas de afiliación, y abstenerse de realizar afiliaciones colectivas de ciudadanos.

Para sustentar estas normas, el TEPJF, en su sesión del 15 de noviembre de 2001, había definido:

La acepción militante o afiliado contenida en los artículos 26, 27, 28 y 38 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales se refiere a los ciudadanos mexicanos que formalmente pertenecen a un partido político, quienes

participan en las actividades propias del mismo instituto ya sea en su organización o funcionamiento, y que estatutariamente cuentan con derechos, como el de ser designados candidatos a un puesto de elección popular, y obligaciones, como la de aportar cuotas. (IFE, 2012, p. 775)

A pesar de ello, el Consejo General del otrora IFE señalaba: “la legislación electoral no define lo que debe entenderse por afiliado, y los Estatutos vigentes de los partidos políticos establecen diversas denominaciones para éstos” (IFE, 2012, p. 775), por lo que buscó, con base en diversas leyes, establecer con claridad lo que debe entenderse por afiliado, fijando que debe contar al menos con las características de ser mexicano, mayor de 18 años, con un modo honesto de vivir, tener credencial para votar y estar inscrito en el padrón electoral federal, además de “haber solicitado su afiliación libre e individual” a un partido dado, cumpliendo con el procedimiento de afiliación y contando con los derechos y obligaciones establecidos en los estatutos del propio partido (IFE, 2012, p. 775, considerando 11).

Luego, para que la autoridad pudiera llevar a cabo la verificación del padrón de afiliados de los partidos políticos, éstos debían entregarle un padrón que incluyera los datos que permitieran corroborar el cumplimiento de las características demandadas para ser afiliado. Y, para hacerlo, el instituto electoral facilitaría y uniformaría la carga de información de los datos de afiliación a los partidos vía Internet.

Adicionalmente, el Consejo General del INE, en sesión extraordinaria del 30 de septiembre de 2014 (INE, 2014b, pp. 182-183), resolvió respecto del cumplimiento mínimo de afiliados con que deberán contar los partidos políticos nacionales para la conservación de su registro, mismo que fue puesto a disposición pública conforme a lo establecido en el artículo 5, fracción I, inciso F, del Reglamento del Instituto Nacional Electoral en Materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública (INE, 2016c, párrs. 2 y 4).

En la norma vigente se establece el requerimiento de contar con el número equivalente a 0.26 % del padrón electoral federal para que pueda solicitar constituirse como partido político. En septiembre de 2012, la propia autoridad estableció que, conforme al padrón electoral federal del 1

de julio de 2012, este porcentaje equivalía a 219 mil 608 ciudadanos (INE, 2014b, considerando 18).

A pesar de que lo anterior ha permitido mantener un sistema de registro y control de la afiliación a los partidos político nacionales, y además se han uniformado los criterios mínimos reclamables a un ciudadano para poder afiliarse a un partido, estos avances no garantizan en forma alguna que las condiciones efectivas exigidas para cumplir con el procedimiento de afiliación y así poder formar parte de un partido tengan alguna relación con las demandadas por otra organización, como ha advertido el órgano administrativo electoral nacional (INE, 2016a). Esta situación, que pareciera partir de una lógica de respeto a la vida interna de los propios partidos, hace injusto e impertinente igualar los datos de afiliación aportados por un partido con los de otro e impide reconocer los datos de afiliación recabados por los distintos partidos como un mecanismo para aproximarse a su presencia o respaldo electoral.

## La afiliación partidaria

Al corte de febrero de 2016, los ciudadanos contábamos con la posibilidad de una fácil consulta de los datos sobre afiliación a los partidos políticos nacionales, accesibles en línea desde el sitio del INE (2016c).

Conforme a dicha información (tabla 1), poco más de 10 millones de mexicanos se encontraban inscritos en alguno de los nueve partidos políticos nacionales que cuentan con registro. Ello significaba que 13 % o poco más de uno de cada ocho ciudadanos mexicanos se había adherido de forma voluntaria e individual a un instituto político y que, por ende, apenas 29 % de los 36.7 millones de votantes en las elecciones federales de 2015 se encontraba vinculado formalmente a un partido; esto es, por cada ciudadano afiliado a un partido, habría 3.4 votantes.

**Tabla 1. Votación en las elecciones de 2015 para diputados federales y afiliación en 2016 por partido político**

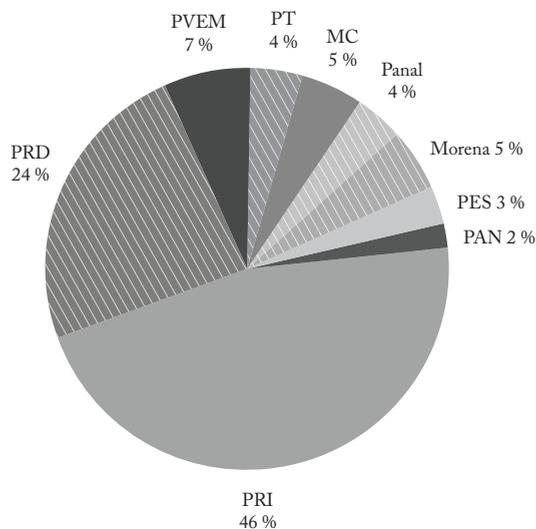
Partido político	Votación absoluta (2015)		Votación relativa		Afiliación absoluta (2016)		Afiliación relativa		Votantes por afiliado
	Respecto de votantes (%)	Respecto de electores (%)	Respecto de electores (%)	Respecto de electores (%)	Respecto de afiliados (%)	Respecto de electores (%)	Respecto de electores (%)		
Partido Acción Nacional (PAN)	8 347 078	22.7	10.0	220 568	2.0	0.3	37.8		
Partido Revolucionario Institucional (PRI)	11 600 911	31.6	13.9	5 043 435	46.1	6.0	2.3		
Partido de la Revolución Democrática (PRD)	4 322 669	11.8	5.2	2 590 958	23.7	3.1	1.7		
Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	2 751 112	7.5	3.3	732 664	6.7	0.9	3.8		
Partido del Trabajo (PT)	1 130 987	3.1	1.4	488 102	4.5	0.6	2.3		

Partido político	Votación absoluta (2015)		Votación relativa		Afilación absoluta (2016)		Afilación relativa		Votantes por afiliado
	Respecto de votantes (%)	Respecto de electores (%)	Respecto de votantes (%)	Respecto de electores (%)	Afilación absoluta (2016)	Respecto de afiliados (%)	Respecto de electores (%)		
Movimiento Ciudadano (MC)	2 421 179	6.6	2.9	578 443	5.3	0.7	4.2		
Partido Nueva Alianza (Panal)	1 480 107	4.0	1.8	480 341	4.4	0.6	3.1		
Movimiento Regeneración Nacional (Morena)	3 327 839	9.1	4.0	496 727	4.5	0.6	6.7		
Partido Encuentro Social (PES)	1 319 212	3.6	1.6	308 997	2.8	0.4	4.3		
<b>Total</b>	<b>36 701 094</b>	<b>100</b>	<b>43.9</b>	<b>10 940 235</b>	<b>100</b>	<b>13.1</b>	<b>3.4</b>		
<b>Electores</b>	<b>83 561 412</b>					<b>86.9%</b>			

Fuente: Elaboración propia con base en INE (2015, 2016b y 2016c).

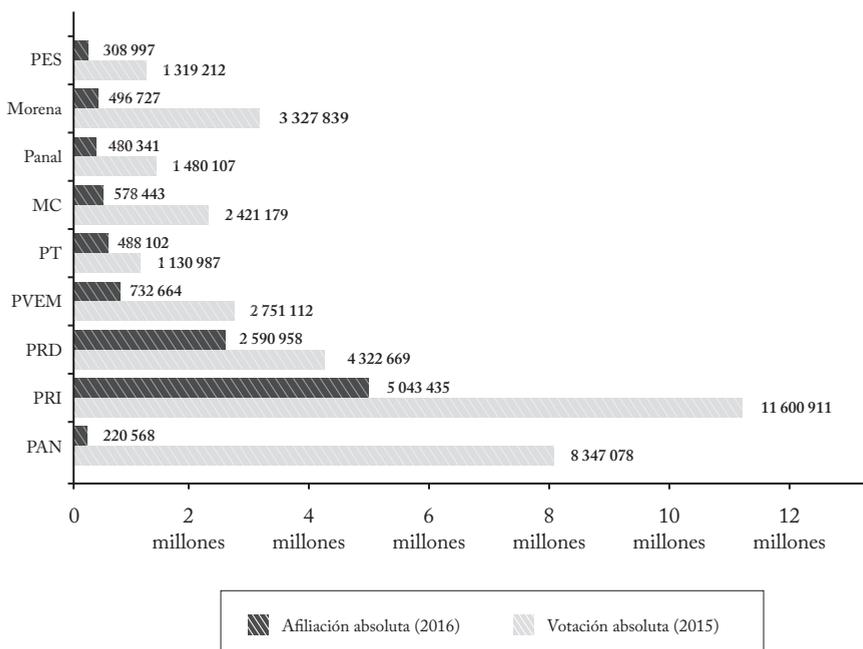
Pero esta relación general no refleja las enormes desigualdades entre los afiliados reportados y la votación obtenida, lo que es relevante de manera particular en el caso del PAN, que con 2 % de la afiliación total reportada en el país (figura 1), una cifra que supera marginalmente el mínimo calculado por la autoridad para la preservación del registro, alcanzó casi 23 % de los votos emitidos en 2015 y, por ende, el respaldo expreso en las urnas de la décima parte del total de la ciudadanía registrada.

**Figura 1. Distribución de la afiliación en 2016 por partido político**



Fuente. INE (2016c).

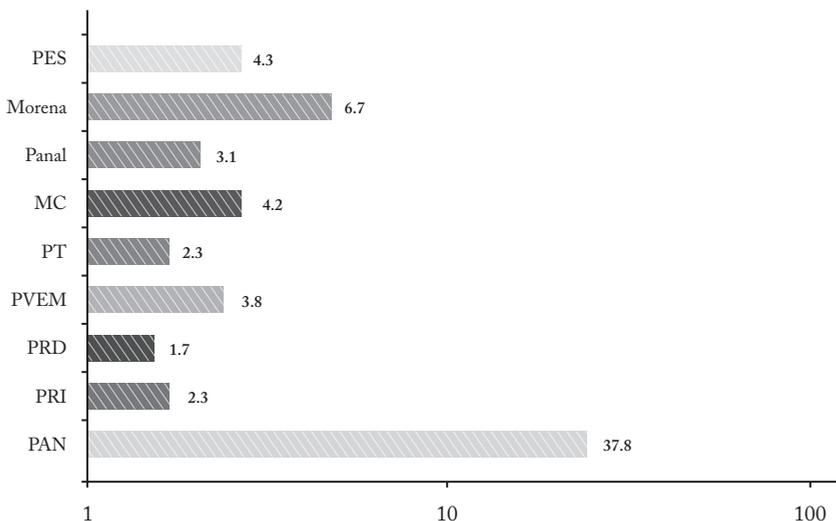
**Figura 2. Votación en las elecciones de 2015 para diputados federales y afiliación en 2016 por partido político**



Fuente. Elaboración propia con base en INE (2015 y 2016c).

Lo anterior se muestra de manera más clara en la figura 2, donde se ve la escasa correspondencia entre la afiliación reportada por cada partido y el número de sufragios obtenidos en la elección federal más reciente. Y aunque en muchos casos pareciera descubrirse una pauta, donde a mayor afiliación se da una mayor votación, dicha pauta se rompe en dos extremos: en Acción Nacional, con una afiliación ínfima para su nivel de votación; y en el PRD, pues, conforme a la estadística disponible, más de la mitad de sus votantes serían a su vez ciudadanos afiliados a la organización (figura 3).

**Figura 3. Votos en las elecciones de 2015 para diputados federales por afiliado a un partido político en 2016 (escala logarítmica)**



Fuente. Elaboración propia con base en INE (2015 y 2016c).

Ello puede deberse a muy diversos factores: un afiliado puede abstenerse, aunque se supondría que su propensión a votar es más elevada que la del promedio, precisamente porque ha llevado su adhesión hasta el nivel de la militancia; también puede votar de manera estratégica, aunque esto es poco factible en elecciones para la diputación federal, pues por el reparto de asientos existente ningún voto para el Legislativo “se pierde” totalmente, como ocurre cuando se eligen cargos ejecutivos.

Empero, los desencuentros entre datos de afiliación y votación bien podrían estar indicando la diferencia en el esfuerzo de los partidos por incorporar a la militancia, adoptando algunos institutos la labor de afiliación como fuente de respaldos potenciales y otros valorando menos esta vía, apostando por un respaldo electoral de ciudadanos no adheridos a la organización, mediante estrategias mercadológicas y una selección adecuada de candidatos.

**Tabla 2. Coeficiente de correlación entre afiliación y votación por entidad federativa según partido político**

Partido político	Coeficiente de correlación entre afiliación y votación por entidad
PAN	0.55
PRI	0.21
PRD	0.66
PVEM	0.79
PT	0.75
MC	-0.08
Panal	0.05
Morena	0.27
PES	0.18
<b>Total</b>	<b>0.57</b>

Fuente. Elaboración propia con base en INE (2015 y 2016c).

Es de mencionarse que el desequilibrio entre los reportes de afiliación al arranque de 2016 y las votaciones logradas apenas un año antes es mayúsculo en MC, donde la correlación que se observa es incluso negativa (tabla 2), pero no es mejor en casos como el del PRI y el PES, donde la correlación entre el alcance de la afiliación y la votación obtenida es apenas de 0.2.

De hecho, no existe una correlación significativa (y la que hay es negativa) entre los niveles de fragmentación o concentración de la afiliación observados en los reportes de inicios de 2016 y los percibidos en la votación para diputados federales de 2015. En general, la votación tiende a ser más dispersa que la afiliación lograda, pues hay 1.8 partidos más en el país con-

forme el reparto de votos que partidos conforme a la afiliación reportada, lo que pareciera sugerir que mientras algunos partidos tienen un particular interés por lograr elevados niveles de afiliación, otros no buscan esta proximidad, aunque sí logren el respaldo electoral de los ciudadanos.

Tal vez ello explique el hecho de que existan diferencias medias próximas a 20 puntos entre participación relativa en la afiliación reportada y en la votación obtenida en el caso de los dos mayores partidos, pues mientras el PAN consigue más de 21 % de votos por encima de su participación relativa en la afiliación reportada, el PRI logra 14 % menos en la votación que su alcance relativo en la afiliación reportada.

## Los datos por entidad

Los desiguales esfuerzos y capacidades para promover la afiliación por los partidos políticos repercuten en que existan distintos niveles de dispersión de ésta en las diversas entidades federativas. Si tomamos como indicador de esta capacidad de diversificación de la afiliación al tradicional número de partidos (Laakso y Taagepera, 1979), que expresa la cantidad de componentes de igual tamaño que darían un reparto similar al observado, se vería que mientras en algunas entidades existe una elevada fragmentación del registro de afiliados, como en Sonora, Zacatecas, San Luis Potosí, Guanajuato, Veracruz o Yucatán, en otras se da una enorme concentración que ubicaría a un partido como dominante en consideración al registro de afiliación, como en Baja California, Chihuahua, Sinaloa, Nuevo León, Tamaulipas, Puebla, Aguascalientes o Colima.





**Figura 6. Desproporcionalidad entre votación relativa para diputados federales en 2015 y afiliación en 2016, por entidad federativa\***



\* Ejercicio que se efectuó con base en el índice de Loosemore y Hanby (1971).  
Fuente. Elaboración propia con base en información del INE (2015 y 2016c).

Todo lo anterior lleva a que impere un desequilibrio entre votaciones observadas y afiliaciones reportadas (figura 7): mientras en muchas entidades son menos de tres votantes por cada afiliado, en Sonora, Coahuila, San Luis Potosí, Guanajuato, Jalisco y Yucatán las afiliaciones representan menos de la quinta parte de los votantes que acudieron a las urnas en las más recientes elecciones federales.

**Figura 7. Votos en las elecciones federales de 2015 por afiliado a un partido en 2016, según entidad federativa**



Fuente. Elaboración propia con base en INE (2015 y 2016c).

## Discusión final

Este primer ejercicio de aproximación a la información sobre afiliación por partido en México, puesta al acceso público recientemente, y de su comparación con los datos electorales, ya desde hace décadas disponibles, permite tocar algunos puntos finos sobre el significado actual y posible de la afiliación partidaria en nuestro país.

Hoy día los reportes de afiliación nos dicen muy poco de la efectiva presencia y del potencial electoral de las organizaciones partidarias. Hay casos, no pocos, en que algún partido alcanzó a registrar como afiliados a principios de 2016 a un número superior de electores que los ciudadanos que votaron por éste apenas unos meses atrás. ¿Muestra de un crecimiento muy reciente o simple exposición de los resultados en el logro de afiliaciones

que, aunque formalmente son individuales, podrían ser obra de esfuerzos organizados pagados por el erario público?

¿Y qué tal si dejamos de multiplicar las vías y los esfuerzos y avanzamos en la conformación de un mecanismo universal e igualitario para la afiliación partidaria?

Pensemos por un momento en una reforma legislativa —como muchas que se han hecho— que dote al ciudadano de la posibilidad de registrarse como afiliado a un partido político nacional (e incluso, desde luego, a otro local; o a favor de una candidatura independiente esporádica) como parte de su proceso de alta en el padrón electoral federal con el que ya contamos.

Podríamos entonces utilizar toda la infraestructura disponible en el registro electoral, que es un instrumento confiable, y los recursos materiales, financieros y humanos calificados para labores de registro, en impulsar un auténticamente individualizado sistema de alta como “simpatizante” o “afiliado” a un partido político, que un ciudadano podría fácilmente revocar o modificar en el momento que quisiera, en instalaciones ya conocidas y abiertas donde podría realizar de manera cómoda y sencilla el trámite. Y, claro, sería potestad de cada ciudadano el registrarse o no como próximo a un partido.

Dejaríamos de lado con ello las labores de trabajo de campo de operadores políticos profesionalizados y pagados con fondos públicos para que los partidos recluten adherentes y cumplan en tiempo y forma con cuotas para la conservación del registro, a la vez que habría un instrumento universal y de fácil acceso para la adhesión voluntaria y el logro de mínimos e igualitarios derechos para quienes orientan sus preferencias por una organización determinada.

Podría dejarse que cada organización partidista, por su cuenta, siga disponiendo de órganos de control interno que otorguen una acreditación final para cumplir con ciertas funciones, como pudiera ser obtener la condición de delegado a convenciones, o exija ciertos niveles de conocimiento histórico-partidario para la adscripción a este tipo de funciones o a órganos directivos, pero sin que ello coartara un derecho básico que los ciudadanos debieran tener para adscribirse de manera sencilla y realmente individual al partido de su preferencia.

Esto supondría un cambio en las relaciones internas de los partidos; dejarían de tener peso los reclutadores y los buscadores de adhesiones formales, en aras de fortalecer las instancias efectivamente encargadas de la promoción del respaldo electoral de los ciudadanos, dando paso así a fórmulas más modernas de organización partidaria.

Es de suponer que, si esto pasara, podría también dejarse de lado la integración de listas y las lógicas de asamblea para dar viabilidad a un nuevo partido político o buscar el registro de una candidatura. Simplemente habría que dar posibilidades de disponer de espacios en medios para la promoción, y si pasado un determinado tiempo el aspirante consigue un nivel mínimo requerido de adscripciones individuales en el registro electoral, gozaría de las prebendas propias de un partido.

No está de más decir que ello no implicaría gastos inútiles en nuevas credenciales: la adscripción a un partido nacional o local o a una candidatura independiente sería un registro que no tendría, que incluso no debería, reflejarse en la credencial del elector.

Lo que tal vez sería conveniente es que los datos de afiliación individual a los partidos o a los candidatos, agregados por sección electoral, fueran accesibles para quienes se dedican a realizar encuestas por muestreo sobre preferencias comiciales. Se dotaría así a los investigadores de una herramienta de ponderación y ajuste de observaciones que ha demostrado en naciones del mundo anglosajón ser un mecanismo corrector fundamental para mejorar la exactitud de las encuestas electorales. Es de suponerse que esta potencial mejora es algo deseable.



## Fuentes de consulta

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2008). Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Recuperado de [http://norma.ife.org.mx/documents/27912/234587/2008\\_COFIPE.pdf/56e9c54e-2481-48f9-9122-a8231dc3806b](http://norma.ife.org.mx/documents/27912/234587/2008_COFIPE.pdf/56e9c54e-2481-48f9-9122-a8231dc3806b)
- Instituto Federal Electoral (2012). “Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que, en acatamiento a la sentencia emitida por la H. Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el expediente SUP-RAP-570/2011, se aprueban los lineamientos para la verificación del padrón de afiliados de los partidos políticos nacionales para la conservación de su registro”. CG617/2012. Recuperado de <http://www.ife.org.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DS/DS-GacetasElectorales/2012/gaceta-144/pdf13.pdf>
- Instituto Nacional Electoral (2014a, 30 de septiembre). “Versión estenográfica de la sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral”. Recuperado de [http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/CNCS/CNCS-VersionesEstenograficas/2014/09\\_Septiembre/VECGEXT30SEP14.pdf](http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/CNCS/CNCS-VersionesEstenograficas/2014/09_Septiembre/VECGEXT30SEP14.pdf)
- Instituto Nacional Electoral (2014b, 17 de diciembre). “Resolución del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se aprueba el cumplimiento del número mínimo de afiliados con el que deberá contar el Partido del Trabajo para la conservación de su registro”. Recuperado de [http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5376269&fecha=17/12/2014](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5376269&fecha=17/12/2014)
- Instituto Nacional Electoral (2015). “Cómputos distritales. Elección de diputados federales 2015”. Recuperado de <http://computos2015.ine.mx/Nacional/VotosPorPartido/>
- Instituto Nacional Electoral (2016a). “Directorio y documentos básicos de los partidos políticos nacionales”. Recuperado de [http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Directorio\\_y\\_documentos\\_basicos/](http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Directorio_y_documentos_basicos/)
- Instituto Nacional Electoral (2016b). “Estadísticas lista nominal y padrón electoral”. Recuperado de [http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Estadisticas\\_Lista\\_Nominal\\_y\\_Padron\\_Electoral/](http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Estadisticas_Lista_Nominal_y_Padron_Electoral/)

- Instituto Nacional Electoral (2016c). “Padrones de afiliados o militantes de los partidos políticos”. Recuperado de [http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/I\\_El\\_padron\\_afiliados\\_militantes\\_partidos\\_politicos\\_nacionales/](http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/I_El_padron_afiliados_militantes_partidos_politicos_nacionales/)
- Laakso, Markku y Taagepera, Rein (1979). “Effective number of parties: A measure with application to West Europe”. *Comparative Political Studies*, 12, 3-27.
- Loosemore, John y Hanby, Víctor J. (1971). “The theoretical limits of maximum distortion: Some analytical expressions for electoral systems”. *British Journal of Political Science*, 1, 467-477.

**Anexo estadístico**  
**Tabla 1. Afiliación absoluta por partido político en 2016 según entidad federativa**

Entidad federativa	PAN	PRI	PRD	PVEM	PT	MC	Panal	Morena	PES	Total	LNE
Aguascalientes	4912	90 451	7639	9338	6131	9139	10 338	6009	4030	147 987	867 353
Baja California	6817	240 368	14 592	1987	9923	5427	15 050	8561	23 861	326 586	2 478 111
Baja California Sur	1651	27 030	4360	1810	7214	1650	2726	3549	1092	51 082	465 383
Campeche	2282	66 165	7999	5821	4442	11 700	3692	7343	1559	111 003	603 611
Coahuila	4852	72 967	8716	20 125	12 676	3969	7463	7489	3444	141 701	1 992 037
Colima	2898	102 913	2683	3218	13 640	2662	2024	8043	1930	139 611	498 681
Chiapas	4408	9573	109 767	148 630	12 113	14 790	9094	19 255	12 404	340 034	3 286 145
Chihuahua	5218	561 058	12 915	9777	17 511	2693	32 690	7661	8242	657 765	2 567 756
Distrito Federal	11 991	25 139	542 352	73 246	30 325	26 573	29 964	52 737	43 844	836 171	7 366 745
Durango	5892	52 045	22 766	9239	7779	6972	7511	8987	4295	125 486	1 199 128
Guanajuato	10 602	38 817	47 443	35 597	9726	5820	22 413	11 908	11 887	194 213	4 093 484
Guerrero	3733	41 444	252 533	13 239	32 578	113 492	9199	28 544	7729	502 491	2 403 702
Hidalgo	3794	133 186	51 969	15 050	14 053	4259	9362	11 642	3745	247 060	1 969 407
Jalisco	19 525	253 892	53 680	44 645	12 438	11 749	28 754	14 705	12 167	451 555	5 512 342
México	18 060	314 863	517 157	74 445	39 134	39 422	50 371	53 232	58 715	1 165 399	11 023 626
Michoacán	7843	502 261	183 096	16 959	23 041	5361	12 369	12 443	7726	771 099	3 241 695
Morelos	3495	84 901	116 290	8612	14 048	7234	5271	20 215	6176	266 242	1 368 636
Nayarit	2035	49 674	14 206	6878	12 010	3983	3626	7167	2607	102 186	793 543
Nuevo León	17 703	446 619	24 388	18 579	26 226	2103	16 017	6705	4913	563 253	3 560 674
Oaxaca	4226	19 904	114 011	6313	15 084	12 661	13 800	32 862	8032	226 893	2 718 763
Puebla	9257	726 754	28 994	19 739	16 435	8914	36 053	12 097	6995	865 238	4 172 323
Querétaro	6894	54 237	23 330	8607	4107	35 672	6932	7092	2981	149 852	1 413 637
Quintana Roo	1597	74 049	20 934	27 195	10 696	8339	3581	9377	2658	158 426	1 038 773
San Luis Potosí	6196	61 291	37 071	19 294	16 675	28 316	8938	6692	2253	186 726	1 859 633
Sinaloa	7241	324 894	29 704	10 815	10 122	10 506	12 664	10 045	7109	423 100	2 008 321
Sonora	5975	27 464	28 882	19 292	12 417	5133	7709	8768	4237	119 877	1 967 801
Tabasco	1314	142 141	131 371	6347	13 876	10 480	7335	51 089	4365	368 318	1 613 548
Tamaulipas	5150	272 551	19 437	24 418	7501	7606	23 827	8536	6422	375 448	2 498 038
Thaxcala	3274	33 228	32 098	5648	17 970	5471	8790	7717	2372	116 568	856 154
Veracruz	19 833	165 938	79 257	46 513	14 157	159 415	58 514	26 216	32 547	602 390	5 582 342
Yucatán	6844	10 998	26 585	11 935	5810	4840	6001	10 279	4591	87 883	1 436 315
Zacatecas	5056	16 620	24 733	9353	38 244	2492	8263	9762	4069	118 592	1 103 705
<b>Total</b>	<b>220 568</b>	<b>5 043 435</b>	<b>2 590 958</b>	<b>732 664</b>	<b>488 102</b>	<b>578 443</b>	<b>480 341</b>	<b>496 727</b>	<b>308 997</b>	<b>10 940 235</b>	<b>83 561 412</b>

Fuente: INE (2016c).

Tabla 2. Distribución por entidad federativa de la afiliación por partido político en 2016

Entidad federativa	PAN (%)	PRI (%)	PRD (%)	PVEM (%)	PT (%)	MC (%)	Panal (%)	Morena (%)	PES (%)	Total (%)	LNE (%)
Agascalientes	2.2	1.8	0.3	1.3	1.3	1.6	2.2	1.2	1.3	1.4	1.0
Baja California	3.1	4.8	0.6	0.3	2.0	0.9	3.1	1.7	7.7	3.0	3.0
Baja California Sur	0.7	0.5	0.2	0.2	1.5	0.3	0.6	0.7	0.4	0.5	0.6
Campeche	1.0	1.3	0.3	0.8	2.0	2.0	0.8	1.5	0.5	1.0	0.7
Coahuila	2.2	1.4	0.3	2.7	2.6	0.7	1.6	1.5	1.1	1.3	2.4
Colima	1.3	2.0	0.1	0.4	2.8	0.4	0.4	1.6	0.6	1.3	0.6
Chiapas	2.0	0.2	4.2	20.3	2.5	2.6	1.9	3.9	4.0	3.1	3.9
Chihuahua	2.4	11.1	0.5	1.3	3.6	0.5	6.8	1.5	2.7	6.0	3.1
Distrito Federal	5.4	0.5	20.9	10.0	6.2	4.6	6.2	10.6	14.2	7.6	8.8
Durango	2.7	1.0	0.9	1.3	1.6	1.2	1.6	1.8	1.4	1.1	1.4
Guangtuato	4.8	0.8	1.8	4.9	2.0	1.0	4.7	2.4	3.8	1.8	4.9
Guerrero	1.7	0.8	9.7	1.8	6.7	19.6	1.9	5.7	2.5	4.6	2.9
Hidalgo	1.7	2.6	2.0	2.1	2.9	0.7	1.9	2.3	1.2	2.3	2.4
Jalisco	8.9	5.0	2.1	6.1	2.5	2.0	6.0	3.0	3.9	4.1	6.6
México	8.2	6.2	20.0	10.2	8.0	6.8	10.5	10.7	19.0	10.7	13.2
Michoacán	3.6	10.0	7.1	2.3	4.7	0.9	2.6	2.5	2.5	7.0	3.9
Morelos	1.6	1.7	4.5	1.2	2.9	1.3	1.1	4.1	2.0	2.4	1.6
Nayarit	0.9	1.0	0.5	0.9	2.5	0.7	0.8	1.4	0.8	0.9	0.9
Nuevo León	8.0	8.9	0.9	2.5	5.4	0.4	3.3	1.3	1.6	5.1	4.3
Oaxaca	1.9	0.4	4.4	0.9	3.1	2.2	2.9	6.6	2.6	2.1	3.3
Puebla	4.2	14.4	1.1	2.7	3.4	1.5	7.5	2.4	2.3	7.9	5.0
Queretaro	3.1	1.1	0.9	1.2	0.8	6.2	1.4	1.4	1.0	1.4	1.7
Quintana Roo	0.7	1.5	0.8	3.7	2.2	1.4	0.7	1.9	0.9	1.4	1.2
San Luis Potosí	2.8	1.2	1.4	2.6	3.4	4.9	1.9	1.3	0.7	1.7	2.2
Sinaloa	3.3	6.4	1.1	1.5	2.1	1.8	2.6	2.0	2.3	3.9	2.4
Sonora	2.7	0.5	1.1	2.6	2.5	0.9	1.6	1.8	1.4	1.1	2.4
Tabasco	0.6	2.8	5.1	0.9	2.8	1.8	1.5	10.3	1.4	3.4	1.9
Tamaulipas	2.3	5.4	0.8	3.3	1.5	1.3	5.0	1.7	2.1	3.4	3.0
Tlaxcala	1.5	0.7	1.2	0.8	3.7	0.9	1.8	1.6	0.8	1.1	1.0
Veracruz	9.0	3.3	3.1	6.3	2.9	27.6	12.2	5.3	10.5	5.5	6.7
Yucatán	3.1	0.2	1.0	1.6	1.2	0.8	1.2	2.1	1.5	0.8	1.7
Zacatecas	2.3	0.3	1.0	1.3	7.8	0.4	1.7	2.0	1.3	1.1	1.3
<b>Total</b>	<b>100</b>										

Fuente: INE (2016c).

**Tabla 3. Participación relativa de los afiliados por partido político respecto al total de éstos en 2016 según entidad federativa**

Entidad federativa	PAN (%)	PRI (%)	PRD (%)	PVEM (%)	PT (%)	MC (%)	Panal (%)	Morena (%)	PES (%)	Total (%)	NP
Aguascalientes	3.3	61.1	5.2	6.3	4.1	6.2	7.0	4.1	2.7	100	2.54
Baja California	2.1	73.6	4.5	0.6	3.0	1.7	4.6	2.6	7.3	100	1.81
Baja California Sur	3.2	52.9	8.5	3.5	14.1	3.2	5.3	6.9	2.1	100	3.14
Campeche	2.1	59.6	7.2	5.2	4.0	10.5	3.3	6.6	1.4	100	2.62
Coahuila	3.4	51.5	6.2	14.2	8.9	2.8	5.3	5.3	2.4	100	3.28
Colima	2.1	73.7	1.9	2.3	9.8	1.6	1.4	5.8	1.4	100	1.79
Chiapas	1.3	2.8	32.3	43.7	3.6	4.3	2.7	5.7	3.6	100	3.28
Chihuahua	0.8	85.3	2.0	1.5	2.7	0.4	5.0	1.2	1.3	100	1.37
Distrito Federal	1.4	3.0	64.9	8.8	3.6	3.2	3.6	6.3	5.2	100	2.27
Durango	4.7	41.5	18.1	7.4	6.2	5.6	6.0	7.2	3.4	100	4.36
Guanajuato	5.5	20.0	24.4	18.3	5.0	3.0	11.5	6.1	6.1	100	6.23
Guerrero	0.7	8.2	50.3	2.6	6.5	22.6	1.8	5.7	1.5	100	3.13
Hidalgo	1.5	53.9	21.0	6.1	5.7	1.7	3.8	4.7	1.5	100	2.89
Jalisco	4.3	56.2	11.9	9.9	2.8	2.6	6.4	3.3	2.7	100	2.86
México	1.5	27.0	44.4	6.4	3.4	3.4	4.3	4.6	5.0	100	3.53
Michoacán	1.0	65.1	23.7	2.2	3.0	0.7	1.6	1.6	1.0	100	2.07
Morelos	1.3	31.9	43.7	3.2	5.3	2.7	2.0	7.6	2.3	100	3.29
Nayarit	2.0	48.6	13.9	6.7	11.8	3.9	3.5	7.0	2.6	100	3.54
Nuevo León	3.1	79.3	4.3	3.3	4.7	0.4	2.8	1.2	0.9	100	1.57
Oaxaca	1.9	8.8	50.2	2.8	6.6	5.6	6.1	14.5	3.5	100	3.39
Puebla	1.1	84.0	3.4	2.3	1.9	1.0	4.2	1.4	0.8	100	1.41
Querétaro	4.6	36.2	15.6	5.7	2.7	23.8	4.6	4.7	2.0	100	4.49
Quintana Roo	1.0	46.7	13.2	17.2	6.8	5.3	2.3	5.9	1.7	100	3.61
San Luis Potosí	3.3	32.8	19.9	10.3	8.9	15.2	4.8	3.6	1.2	100	5.16
Sinaloa	1.7	76.8	7.0	2.6	2.4	2.5	3.0	2.4	1.7	100	1.67
Sonora	5.0	22.9	24.1	16.1	10.4	4.3	6.4	7.3	3.5	100	6.16
Tabasco	0.4	38.6	35.7	1.7	3.8	2.8	2.0	13.9	1.2	100	3.35
Tamaulipas	1.4	72.6	5.2	6.5	2.0	2.0	6.3	2.3	1.7	100	1.85
Tlaxcala	2.8	28.5	27.5	4.8	15.4	4.7	7.5	6.6	2.0	100	5.08
Veracruz	3.3	27.5	13.2	7.7	2.4	26.5	6.8	4.4	5.4	100	5.40
Yucatán	7.8	12.5	30.3	13.6	6.6	5.5	6.8	11.7	5.2	100	6.24
Zacatecas	4.3	14.0	20.9	7.9	32.2	2.1	7.0	8.2	3.4	100	5.31
<b>Total</b>	<b>2.0</b>	<b>46.1</b>	<b>23.7</b>	<b>6.7</b>	<b>4.5</b>	<b>5.3</b>	<b>4.4</b>	<b>4.5</b>	<b>2.8</b>	<b>100.0</b>	<b>3.53</b>

Fuente: INE (2016c).

**Tabla 4. Participación relativa de los afiliados en 2016 por partido político respecto al total de electores en 2015 según entidad federativa**

Entidad federativa	PAN (%)	PRI (%)	PRD (%)	PVEM (%)	PT (%)	MC (%)	Panal (%)	Morena (%)	PES (%)	Total (%)	INE (%)
Aguascalientes	0.6	10.4	0.9	1.1	0.7	1.1	1.2	0.7	0.5	17.1	100
Baja California	0.3	9.7	0.6	0.1	0.4	0.2	0.6	0.3	1.0	13.2	100
Baja California Sur	0.4	5.8	0.9	0.4	1.6	0.4	0.6	0.8	0.2	11.0	100
Campeche	0.4	11.0	1.3	1.0	0.7	1.9	0.6	1.2	0.3	18.4	100
Coahuila	0.2	3.7	0.4	1.0	0.6	0.2	0.4	0.4	0.2	7.1	100
Colima	0.6	20.6	0.5	0.6	2.7	0.5	0.4	1.6	0.4	28.0	100
Chiapas	0.1	0.3	3.3	4.5	0.4	0.5	0.3	0.6	0.4	10.3	100
Chihuahua	0.2	21.9	0.5	0.4	0.7	0.1	1.3	0.3	0.3	25.6	100
Distrito Federal	0.2	0.3	7.4	1.0	0.4	0.4	0.6	0.7	0.6	11.4	100
Durango	0.5	4.3	1.9	0.8	0.6	0.6	0.6	0.7	0.4	10.5	100
Guanajuato	0.3	0.9	1.2	0.9	0.2	0.1	0.5	0.3	0.3	4.7	100
Guerrero	0.2	1.7	10.5	0.6	1.4	4.7	0.4	1.2	0.3	20.9	100
Hidalgo	0.2	6.8	2.6	0.8	0.7	0.2	0.5	0.6	0.2	12.5	100
Jalisco	0.4	4.6	1.0	0.8	0.2	0.2	0.5	0.3	0.2	8.2	100
México	0.2	2.9	4.7	0.7	0.4	0.4	0.5	0.5	0.5	10.6	100
Michoacán	0.2	15.5	5.6	0.5	0.7	0.2	0.4	0.4	0.2	23.8	100
Morelos	0.3	6.2	8.5	0.6	1.0	0.5	0.4	1.5	0.5	19.5	100
Nayarit	0.3	6.3	1.8	0.9	1.5	0.5	0.5	0.9	0.3	12.9	100
Nuevo León	0.5	12.5	0.7	0.5	0.7	0.1	0.4	0.2	0.1	15.8	100
Oaxaca	0.2	0.7	4.2	0.2	0.6	0.5	0.5	1.2	0.3	8.3	100
Puebla	0.2	17.4	0.7	0.5	0.4	0.2	0.9	0.3	0.2	20.7	100
Querétaro	0.5	3.8	1.7	0.6	0.3	2.5	0.5	0.5	0.2	10.6	100
Quintana Roo	0.2	7.1	2.0	2.6	1.0	0.8	0.3	0.9	0.3	15.3	100
San Luis Potosí	0.3	3.3	2.0	1.0	0.9	1.5	0.5	0.4	0.1	10.0	100
Sinaloa	0.4	16.2	1.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.5	0.4	21.1	100
Sonora	0.3	1.4	1.5	1.0	0.6	0.3	0.4	0.4	0.2	6.1	100
Tabasco	0.1	8.8	8.1	0.4	0.9	0.6	0.5	3.2	0.3	22.8	100
Tamaulipas	0.2	10.9	0.8	1.0	0.3	0.3	1.0	0.3	0.3	15.0	100
Tlaxcala	0.4	3.9	3.7	0.7	2.1	0.6	1.0	0.9	0.3	13.6	100
Veracruz	0.4	3.0	1.4	0.8	0.3	2.9	1.0	0.5	0.6	10.8	100
Yucatán	0.5	0.8	1.9	0.8	0.4	0.3	0.4	0.7	0.3	6.1	100
Zacatecas	0.5	1.5	2.2	0.8	3.5	0.2	0.7	0.9	0.4	10.7	100
<b>Total</b>	<b>0.3</b>	<b>6.0</b>	<b>3.1</b>	<b>0.9</b>	<b>0.6</b>	<b>0.7</b>	<b>0.6</b>	<b>0.6</b>	<b>0.4</b>	<b>13.1</b>	<b>100</b>

Fuente: Elaboración propia con base en INE (2016b y 2016c).

**Tabla 5. Votación para diputados federales en 2015 por afiliado reportado en 2016 según entidad federativa**

Entidad federativa	PAN	PRI	PRD	PVEM	PT	MC	Panal	Morena	PES	Total
Aguascalientes	20.5	1.0	1.7	2.3	1.2	0.6	2.3	2.8	2.6	2.0
Baja California	32.5	0.6	2.0	16.7	2.7	9.9	2.5	11.5	2.0	2.1
Baja California Sur	60.3	2.2	3.4	3.6	1.8	1.3	2.2	4.3	8.6	4.4
Campeche	52.9	1.9	1.6	2.1	0.9	0.4	4.7	6.4	5.0	3.2
Coahuila	44.2	5.7	2.7	2.1	0.9	4.5	7.0	6.1	7.2	6.0
Colima	34.8	0.9	18.8	3.8	3.8	5.5	2.5	0.8	1.9	2.0
Chiapas	13.7	37.7	0.8	4.6	3.5	1.8	3.4	4.8	1.8	4.1
Chihuahua	40.1	0.5	2.0	4.7	1.1	10.1	1.9	6.9	3.4	1.2
Distrito Federal	37.2	15.1	1.2	2.2	2.0	5.4	3.0	14.6	4.5	3.5
Durango	14.7	4.3	1.0	2.5	3.9	4.1	2.5	2.9	2.4	3.7
Guajuato	70.8	11.0	2.5	5.4	2.6	9.0	3.4	5.2	3.9	9.0
Guerrero	20.4	10.6	1.5	6.0	1.9	0.9	3.6	1.8	2.4	2.5
Hidalgo	29.3	2.3	1.7	3.1	1.3	3.2	8.9	5.4	22.3	3.3
Jalisco	28.8	3.2	2.0	2.6	4.5	72.5	3.1	5.8	6.7	6.1
México	51.3	5.7	1.5	2.5	4.6	6.2	3.9	10.9	4.5	4.4
Michoacán	39.2	1.0	2.4	5.6	3.2	13.7	3.3	6.8	4.2	2.1
Morelos	22.0	1.7	1.0	7.0	2.5	7.6	11.2	3.4	6.1	2.4
Nayarit	30.0	2.6	3.8	1.8	0.8	2.6	2.4	2.0	1.8	3.0
Nuevo León	39.3	1.3	1.7	5.7	2.3	118.0	5.4	7.9	16.7	3.5
Oaxaca	23.7	14.9	1.8	6.6	1.8	2.2	2.5	4.2	5.2	4.0
Puebla	53.3	0.7	2.9	4.2	2.9	5.9	2.6	13.1	6.7	1.8
Queretaro	46.1	1.1	1.9	5.1	1.9	0.5	3.1	6.3	7.3	5.0
Quintana Roo	25.6	1.8	1.5	1.6	1.3	2.5	4.5	5.8	5.2	2.3
San Luis Potosí	46.2	4.5	4.3	3.8	2.1	1.3	4.8	6.4	9.2	5.2
Sinaloa	22.5	0.9	1.1	3.1	2.4	1.1	2.3	3.3	1.4	1.5
Sonora	63.8	14.4	1.2	1.4	1.1	7.3	4.3	4.3	3.6	8.1
Tabasco	32.9	1.7	1.9	19.4	2.1	2.5	3.0	2.3	3.2	2.4
Tamaulipas	52.9	1.8	1.5	2.1	1.7	10.1	1.9	4.7	5.7	2.8
Tlaxcala	15.6	2.9	1.0	2.5	1.8	2.0	1.9	5.7	3.7	2.7
Veracruz	27.6	4.4	3.5	4.2	5.5	0.6	1.0	11.9	1.8	3.9
Yucatán	53.0	41.0	1.8	2.7	1.0	3.4	4.4	3.5	1.5	11.2
Zacatecas	11.9	10.1	2.8	4.1	1.7	2.8	1.6	3.7	2.9	3.9
<b>Total</b>	<b>37.8</b>	<b>2.3</b>	<b>1.7</b>	<b>3.8</b>	<b>2.3</b>	<b>4.2</b>	<b>3.1</b>	<b>6.7</b>	<b>4.3</b>	<b>3.4</b>

Fuente: Elaboración propia con base en INE (2016b y 2016c).



# Panorama de la violencia contra actores políticos en Guerrero, 2008-2015<sup>1</sup>

*Overview of Violence against Political  
Actors in Guerrero (2008-2015)*

Gabino Solano Ramírez\*  
Margarita Jiménez Badillo\*\*

## Resumen

En este trabajo se describe la violencia que afecta a quienes participan en los procesos políticos o institucionales del estado de Guerrero: candidatos, alcaldes y exalcaldes, legisladores, funcionarios de gobierno, líderes partidistas. Los indicadores que se presentan son homicidios, amenazas y secuestros. La investigación es de carácter exploratorio y descriptivo; se señalan algunas relaciones de causalidad para un estudio de mayor profundidad. Cada caso se integró a partir de información hemerográfica.

**Palabras clave:** violencia política, Guerrero, actores políticos.

**Artículo** recibido el 2 de agosto de 2016 y aceptado para su publicación el 16 de agosto de 2016. La **dictaminación** de este trabajo fue realizada por evaluadores externos al Instituto Electoral del Estado de México.

■ pp. 79-109

<sup>1</sup> Este ensayo es un avance del proyecto de investigación “Ciudadanía y violencia urbana en Guerrero”, auspiciado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt). Agradecemos a Fernando Terrazas Sánchez, Adriana Solano, Aremi Torres y Jorge Lagos su valioso apoyo para integrar la información de prensa que sustenta el trabajo.

\* Doctor en Ciencia Política por la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro). Labora como profesor-investigador del Instituto Internacional de Estudios Políticos Avanzados de la UAGro y es miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Conacyt. Correo electrónico: gabinosln@gmail.com

\*\* Doctora en Ciencia Política y de la Administración por la Universidad de Salamanca (USAL), España. Labora como profesora-investigadora del Instituto Internacional de Estudios Políticos Avanzados en la UAGro y es miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Conacyt. Correo electrónico: margaritajimenez\_iiepaima@uagro.mx

## Abstract

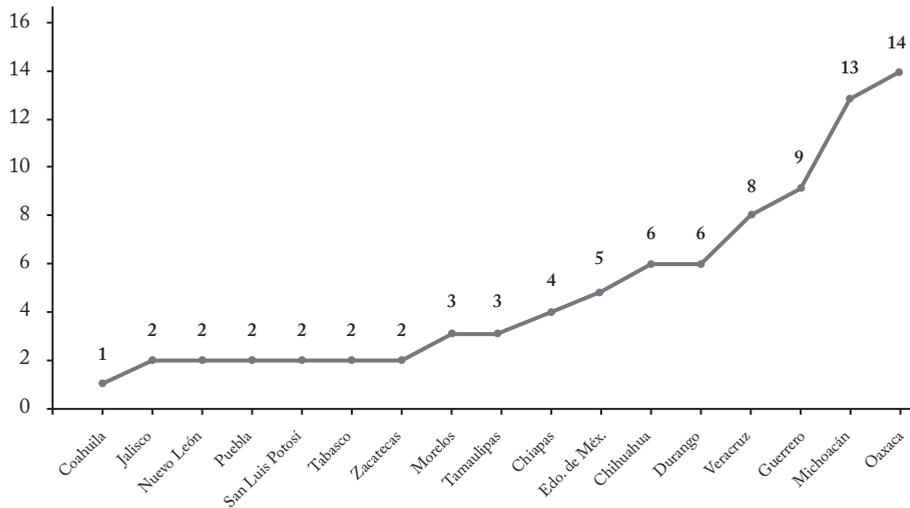
This article describes the violence affecting participants in political or institutional processes in the state of Guerrero: candidates, mayors and former mayors, legislators, government officials, and party leaders. The indicators presented are homicides, threats, and kidnappings. The research is exploratory and descriptive, and the author points out certain causal relationships for a more thorough study. Each case was built based on information from magazines, journals, and newspapers.

**Key words:** political violence, Guerrero, political actors.

## Introducción

La violencia contra actores políticos en México es un fenómeno que ha registrado un notable crecimiento desde hace aproximadamente una década. Aunque no existe un registro nacional oficial y las fuentes disponibles no coinciden en los indicadores utilizados, el delito de mayor frecuencia e impacto es el homicidio de presidentes municipales (en funciones, como candidatos o tras terminar el ejercicio de gobierno). De acuerdo con la Asociación de Autoridades Locales de México A. C. (Aalmac), que agrupa a los municipios gobernados por partidos de izquierda, y con la Asociación Nacional de Alcaldes (ANAC), que integra a los presidentes municipales del Partido Acción Nacional (PAN), en el último decenio han sido asesinados 84 alcaldes y exalcaldes. Los estados donde han ocurrido la mayor parte de estos delitos son Oaxaca, Michoacán, Guerrero, Veracruz, Durango y Chihuahua (figura 1). En la mediana de esta distribución se ubican Morelos, Tamaulipas, Chiapas y el Estado de México. Con excepción de Oaxaca y Chiapas, gran parte de estos homicidios se registran en las entidades con mayor actividad de los grupos delictivos organizados (en adelante GDO). Asimismo, entre las tres primeras entidades se ubican dos estados que comparten los índices de desarrollo humano más bajos del país: Oaxaca y Guerrero.

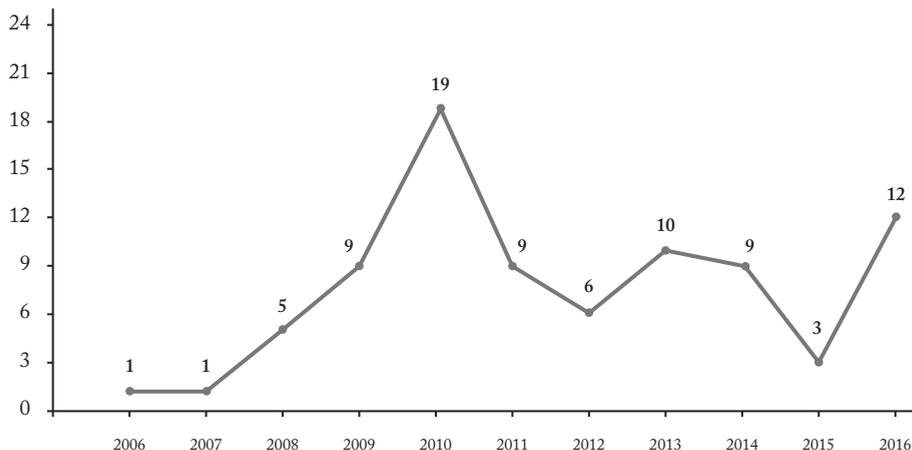
**Figura 1. Homicidios de alcaldes en México, 2006-2016**



Fuente. Elaboración propia con datos de la Asociación de Autoridades Locales de México A. C. (2016).

En cuanto a la incidencia anual de este fenómeno, los años de mayor violencia se ubican entre 2009 y lo que va de 2016, con excepción de 2015, que tuvo tres homicidios. El pico histórico se registró en 2010, con 19 casos (figura 2).

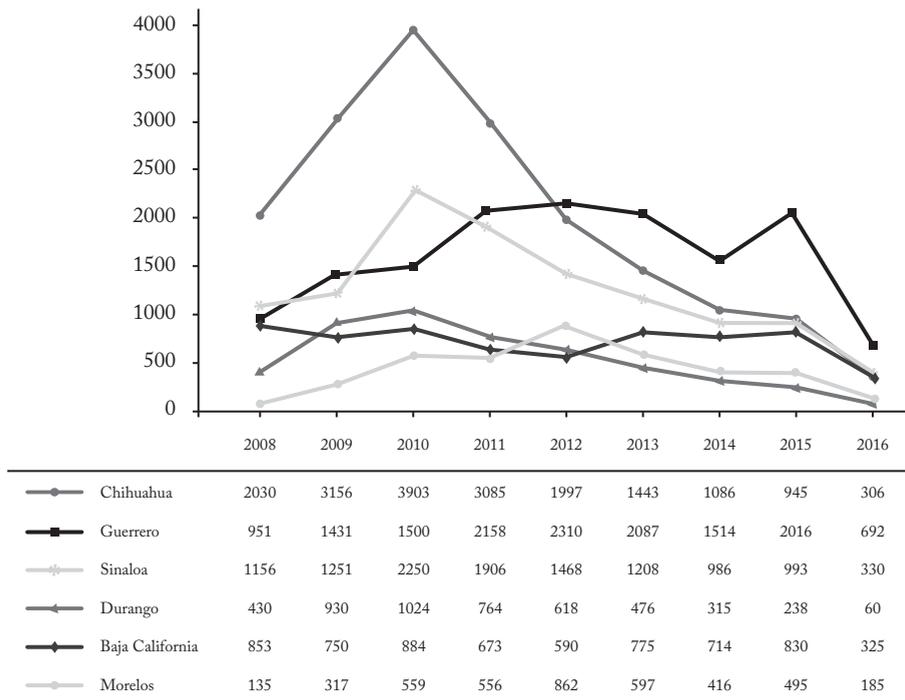
**Figura 2. Incidencia de homicidios contra alcaldes y exalcaldes en México, 2006-2016**



Fuente. Elaboración propia con datos de la Asociación de Autoridades Locales de México A. C. (2016).

Este fenómeno coincide de manera temporal y espacial con el ciclo de violencia y criminalidad que se vive en el país desde 2006, a partir de la denominada “guerra contra el narcotráfico” que inició el expresidente Felipe Calderón en contra de las organizaciones dedicadas al tráfico de drogas y otras actividades delictivas. Conforme a los reportes anuales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), la violencia criminal se ha acentuado en dos regiones del país: el denominado triángulo dorado, que integran Chihuahua, Sinaloa y Durango; y el triángulo del sur, que conforman Guerrero, Michoacán y Morelos. Cinco de estas seis entidades encabezan los registros más altos de homicidios. Chihuahua lideró este indicador de 2008 a 2011, mientras que Guerrero se mantiene en primer lugar desde 2012 (figura 3).

**Figura 3. Estados con mayor incidencia de homicidios en México, 2008-2016**

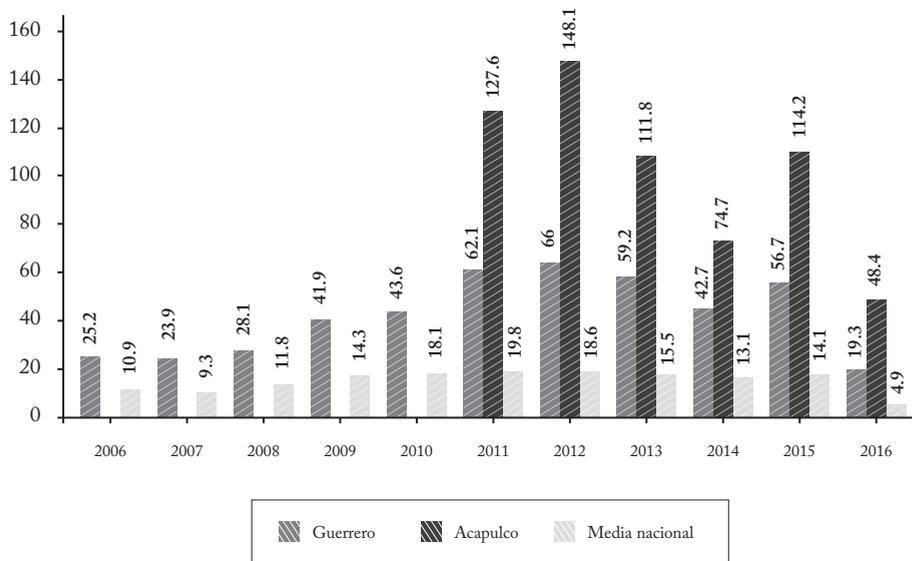


Fuente. Elaboración propia con datos del Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (SESNSP, 2016).

En el caso de Guerrero, la mayor parte de la incidencia delictiva se concentra en el municipio de Acapulco. De acuerdo con los registros del Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (2016), desde 2011 los homicidios dolosos por cada 100 mil habitantes en esta ciudad han sido por arriba de las medias nacional y estatal. La etapa más crítica de este comportamiento se registró entre 2011 y 2015, con un salto histórico en 2012, cuando alcanzó los 148 homicidios por cada 100 mil habitantes, 120 por encima de la media nacional y 82 arriba del promedio estatal (figura 4). Esta situación ubicó a Acapulco, según diversas fuentes, entre las ciudades

con mayor incidencia delictiva en el mundo, lo cual se ha reflejado en una creciente percepción de inseguridad, con registros cercanos a nueve de cada diez habitantes que declaran sentirse inseguros —88.5 % en la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (Envipe) de 2015, y 85.8 % en la Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana (ENSU) de 2016, ambas mediciones realizadas por el Inegi (s. f.)—.

**Figura 4. Tasa de homicidios dolosos por cada 100 mil habitantes en Acapulco respecto a los promedios nacional y estatal**



Fuente. Elaboración propia con base en información del Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (2016) y del Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y la Justicia Penal A. C. (2016).

Como se aprecia, en aquellas entidades con alta violencia criminal está presente —en mayor o menor magnitud— la violencia contra actores políticos, en su expresión de homicidios contra alcaldes. La coincidencia en espacio y tiempo entre ambos fenómenos sugiere, por una parte, que la violencia contra actores políticos es un subproducto de la “disputa por el

territorio” (Cunjama y García, 2014) que mantienen estas organizaciones para asegurar el comercio y la producción de drogas, así como la operación de otras actividades delictivas; y, por otra, muestra la vulnerabilidad de las instituciones locales ante el desafío de los GDO, sobre todo de los ayuntamientos, reconocidos como el eslabón más débil de las instituciones del Estado mexicano. Así, los GDO de manera paulatina han incrementado su nivel de influencia en el poder político local. Esta situación plantea numerosas interrogantes, entre otras, ¿cuál es el nivel de colonización del poder municipal por parte de los GDO o hasta dónde llega la influencia de estos grupos en las decisiones políticas locales? Si es el caso, ¿cómo se establecen los acuerdos colusorios entre las autoridades municipales y los miembros de los GDO? ¿Cómo ha afectado este fenómeno el comportamiento de los actores políticos? Y, de manera general, ¿cómo la violencia criminal afecta a los procesos políticos e institucionales?, ¿hasta qué niveles ha sido perjudicada la democracia? Estas cuestiones requieren estudios de mayor profundidad y están fuera del alcance de este trabajo.

Debido a las limitaciones para realizar una investigación más amplia, se eligió analizar la violencia contra actores políticos en Guerrero, la entidad que lidera los índices de homicidios dolosos y tiene uno de los registros más altos de asesinatos de alcaldes en el país. El propósito es contrastar la coincidencia de la violencia criminal y la violencia contra actores políticos, así como el asedio de los GDO a las instituciones y los actores políticos municipales de la entidad en forma de amenazas, secuestros y homicidios. Lo dicho a través de describir la evolución temporal de este fenómeno en los ámbitos municipal y regional, y diferenciando el cargo que ocupaban, al que aspiraban o habían ocupado las víctimas, además del partido político al que pertenecían.

Definido el alcance, enseguida se delimitan los vocablos que integran el concepto central del trabajo (violencia contra actores políticos): violencia, violencia criminal y violencia política.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Para el análisis de la violencia criminal o política y la inseguridad asociada a estos fenómenos, existe una amplia literatura enfocada al contexto latinoamericano o nacional. Véanse, por ejemplo: Arteaga (2007); Carrión, Imbusch y Misse (2011); Moloeznik (2013); Hernández (2010); así como informes de instituciones como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial (BM), la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización de Estados Americanos (OEA), entre otras.

Respecto al concepto de violencia, es ampliamente aceptado que se trata de un fenómeno social, cultural, económico, jurídico y político con variadas dimensiones, intensidades y formas de expresión. Está inserta en la mayoría de las relaciones sociales, y puede ser ubicada mediante símbolos, acciones y expresiones que permiten su discriminación frente a otro tipo de conductas humanas. “Por lo general se define a la violencia como un comportamiento socialmente construido, aprendido, que apunta a producir ataques físicos o simbólicos a las personas o a la destrucción de sus bienes” (Torres, 1996, p. 77). La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la violencia como:

el uso intencional de la fuerza o el poder físico, de hecho, o como amenaza, contra uno mismo, otra persona o un grupo o comunidad, que cause o tenga muchas probabilidades de causar lesiones, muerte, daños psicológicos, trastornos del desarrollo o privaciones. (Krug *et al.*, 2003, p. 5)

La violencia criminal es atribuida al crimen organizado, expresada en agresiones a la integridad física, limitaciones a la libertad de tránsito, amenazas, secuestro y desaparición de personas. Este tipo de violencia es un mecanismo de presión política y social que usan los GDO para asegurar el desarrollo de sus actividades ilegales. La fuerza, la influencia y la sobrevivencia de estos grupos se miden por su capacidad de violencia o de protección frente a otros grupos rivales o las corporaciones estatales de seguridad, lo cual es posible reclutando ejércitos privados con armamento moderno, recursos tecnológicos de inteligencia y redes financieras y políticas.

Sin embargo, de acuerdo con Guillermo Pereyra (2012), este tipo de violencia “no es fruto de un instinto de agresión inevitable ... sólo se exacerba bajo ciertas condiciones sociales y políticas, o bajo una configuración de las relaciones de poder, [que modifican] sus modalidades de operación” (p. 431). En el caso de México, a juicio del mismo autor, los cambios que potenciaron el incremento de la violencia criminal fueron la estrategia militar gubernamental, denominada “guerra contra el narcotráfico”, que modificó el sistema de regulación estatal y los acuerdos informales entre grupos criminales; así como la inestabilidad del mercado

mundial de drogas, que alentó la fragmentación de la *industria* delictiva en el país y con ello la pulverización de las organizaciones criminales que la controlan (Pereyra, 2012).

La violencia política es un concepto que denota un amplio campo empírico; de acuerdo con el actor que la provoca, puede ser originada desde el Estado —violencia política desde arriba— o por actores que desafían a las instituciones estatales a través de acciones violentas —violencia política desde abajo— (Ojeda y Ortega, 2000). Para los propósitos de este estudio, se considera adecuado adoptar un concepto que enfatice la violencia desde abajo, tal como lo propone Moreno (2009), quien la define como la acción violenta de grupos organizados para modificar la estructura de poder, su distribución o la forma en que se ejerce. Hay violencia política cuando se puede atribuir a sus protagonistas un propósito relacionado con el poder y con sus principales actores políticos (partidos, organizaciones, gobernantes, funcionarios o instituciones).

Con estas referencias, es necesario delimitar el concepto central de este ensayo. En primer lugar, el tipo de violencia criminal de interés es aquella dirigida contra los actores, las instituciones o los procesos políticos, con el propósito de ampliar su esfera de influencia en las decisiones del poder político local que afecte lo relacionado a sus actividades delictivas. La finalidad de este tipo de violencia no es obtener el poder político, sino controlar algunas de sus decisiones para mantener, sin interferencias, el control del mercado de drogas ilegales, es decir, colonizar el poder político para los fines privados de los GDO. En segundo lugar, se excluye el tipo de violencia que surge en la interacción entre los propios actores políticos, esto es, la que nace del juego político institucionalizado, así como la que proviene desde el Estado.

De esta manera, en el presente trabajo, se entiende por violencia contra actores políticos las agresiones violentas atribuidas al crimen organizado que tienen como víctimas a quienes poseen algún cargo de representación, de gobierno o partidista; que aspiran a uno, o que participan en procesos electorales, esto es, un tipo de violencia que tiene consecuencias directas en los procesos políticos —electoral o de gobierno— y que se manifiesta a través de homicidios, secuestros o amenazas (Solano, en prensa). Los homici-

dios se refieren a las muertes violentas de actores políticos presuntamente realizadas por los GDO. Por secuestro se identifica la privación ilegal de la libertad de los actores políticos con el fin de obtener recursos económicos u otras exigencias a cambio de su rescate; en esta categoría también se incluyen los casos de actores políticos desaparecidos o que aún no han sido localizados desde su captura por GDO. Respecto a las amenazas, se consideran las agresiones que presuntamente provienen de los GDO en contra de los actores políticos, con el propósito de presionarlos u obligarlos a favorecer una exigencia ilícita; pueden realizarse a través de mensajes públicos o privados (en mantas, bardas, edificios o medios electrónicos), o con acciones directas (por ejemplo, con arma de fuego) contra su persona o familiares, oficinas, vehículos, domicilio, entre otros.

A partir de esta orientación conceptual, la información de los indicadores se construyó con fuentes hemerográficas y documentos disponibles, integrando una ficha con datos básicos de cada incidente delictivo de 2008 a julio de 2016. Se reconoce que esta fuente deja fuera las agresiones que no trascienden a la prensa, lo cual es más frecuente para la categoría de amenazas. Antes de exponer los datos empíricos de este fenómeno, se describe el contexto de la violencia criminal en el que se desarrolla.

## La violencia criminal

Guerrero es una entidad que registra ciclos recurrentes de violencia, que se originan desde los ámbitos político o institucional, social, guerrillero y delincriminal. Como se sugirió antes, el actual ciclo de violencia en la entidad se asocia a la disputa entre los grupos del crimen organizado por el control de la producción y el comercio de narcóticos, en particular la marihuana y la amapola (de donde se obtiene la goma de opio, base de la heroína y la morfina).

Este estado ocupa el primer lugar como productor nacional de amapola y el segundo lugar mundial, después de Afganistán; también es una de las principales entidades que producen marihuana. Pero no es un fenómeno nuevo, pues la producción de estos narcóticos se realiza desde el último

cuarto del siglo pasado; además, Guerrero siempre ha sido puente estratégico en la ruta comercial de drogas ilegales que provienen de Centro y Sudamérica hacia Estados Unidos, principalmente de Colombia. Este frágil equilibrio se modificó con el cambio en la política de atención al narcotráfico, tras la alternancia en el gobierno federal, simbolizada en la ya citada guerra contra el crimen organizado, lo que generó una nueva ola de violencia en varias regiones del país, que se ha acentuado en Guerrero desde 2012.

Mucho se ha escrito sobre dicha guerra contra el narcotráfico. Entre los pocos acuerdos en este debate, sobresalen dos puntos: la ofensiva militar no fue acompañada con el fortalecimiento de las instituciones locales de seguridad y justicia (Gracida, Luque y Solano, en prensa), y no se implementó adecuadamente una política integral de prevención de las condiciones sociales que incuba la violencia. Los resultados de esta guerra han sido catastróficos en términos de pérdidas de vidas civiles; también ha generado un proceso de balcanización de los territorios en disputa entre los GDO, y la paulatina colonización de las instituciones, sobre todo municipales, por parte de estas organizaciones:

1. *Incremento de víctimas civiles.* De acuerdo con el relator especial de Naciones Unidas sobre ejecuciones extrajudiciales, sumarias y arbitrarias (véase Heyns, 2014), durante el periodo de la denominada “guerra contra el narco” en México (2006 y 2012), hubo 102 mil 696 homicidios intencionales, cuatro mil 55 denuncias ante la Procuraduría General de la República (PGR) por tortura, 26 mil 798 personas desaparecidas, ocho mil 595 personas detenidas arbitrariamente bajo la figura de arraigo, 27 asesinatos y ocho casos de desaparición forzada en contra de defensores de los derechos humanos, más de 80 periodistas asesinados y 17 desaparecidos, fosas clandestinas en al menos 14 entidades del país, además de, en consecuencia, la proliferación de autodefensas y policías comunitarios en 2013. Estas acciones contribuyeron a la creación de un clima de miedo y victimización (Rubio y Pérez, 2016).

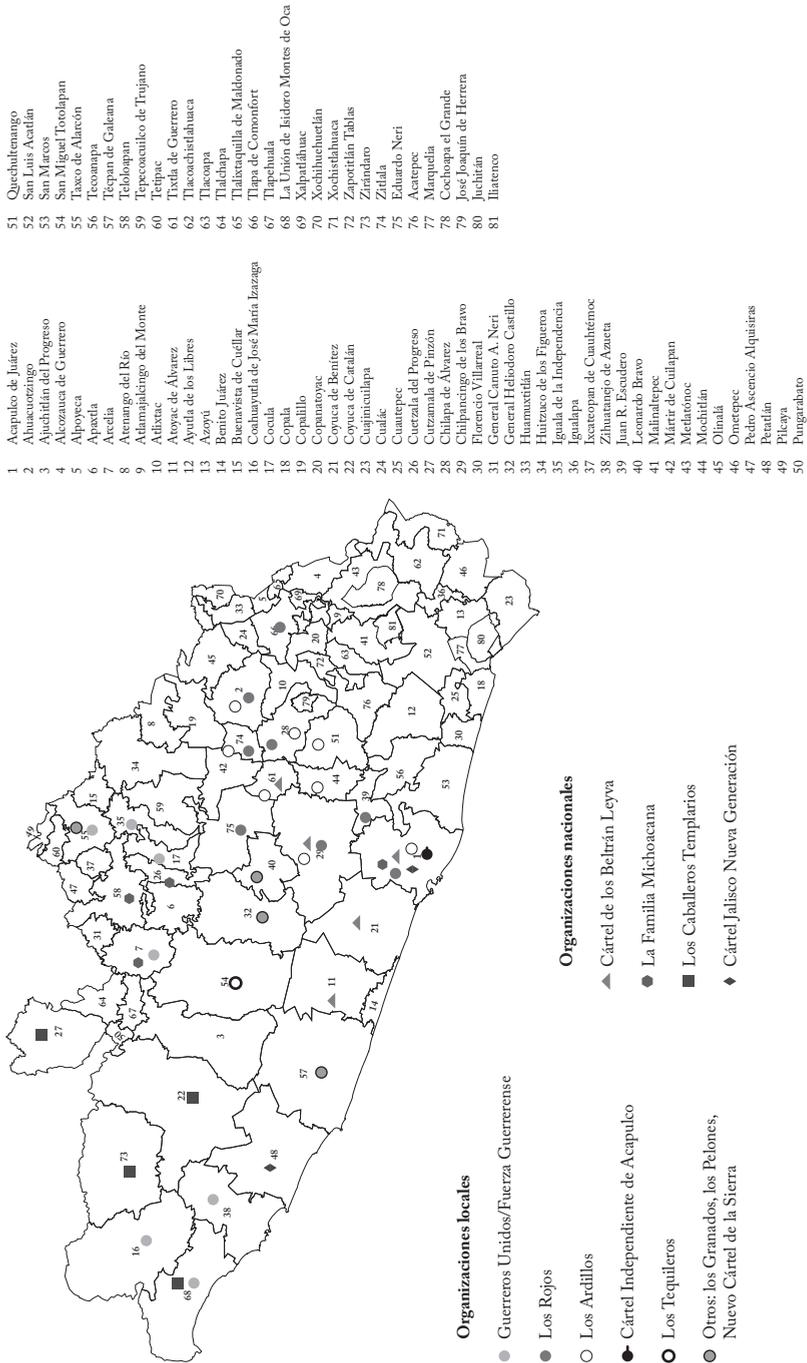
2. *Balkanización de la disputa por el mercado de drogas.* La ofensiva militar se centró en la captura de los principales líderes de los GDO —con el propósito de desarticular y extinguir a estas organizaciones—. La confrontación debilitó a las grandes asociaciones criminales, pero no logró su propósito central; al contrario, propició el surgimiento de nuevos grupos, subdivisiones o células, con fronteras de influencia difusa y variante en el corto plazo, que incursionaron en otros territorios del país con un perfil más violento y con actividades delictivas más amplias (extorsión o *cobro de piso* a comerciantes, empresarios, profesionistas; secuestros; trata de personas; lavado de dinero, y narcomenudeo) (véase Guerrero, 2014).

La balkanización o dispersión de las células del crimen organizado ha generado un mosaico de grupos delictivos dispersos y confrontados en regiones del país estratégicas para el trasiego de narcóticos. En el caso de Guerrero (figura 5), algunos analistas ubican 22 organizaciones, grupos locales que son escisiones o células regionales de las asociaciones nacionales (los hermanos Beltrán Leyva, la Familia Michoacana, el cártel Jalisco Nueva Generación o los Caballeros Templarios) (véase Tirado, 2015).<sup>3</sup> Estos grupos han construido su propia red delictiva en las localidades que tienen bajo su control, disputando cada espacio territorial con los grupos rivales, lo cual “ha convertido a buena parte del territorio guerrerense en ‘zonas de caza’, espacio de confrontaciones violentas entre bandas criminales por el control de localidades, ciudades o municipios” (Solano, en prensa).

---

<sup>3</sup> Para un panorama más amplio de este mosaico de organizaciones, véase Solano (en prensa).

**Figura 5. Células del crimen organizado en Guerrero (a marzo de 2016)**



Fuente. Elaboración propia con datos de Solano (en prensa) y diarios locales de Guerrero.

3. *Creciente colonización de los gobiernos municipales.* La fragilidad de las autoridades municipales frente a los GDO ha sido reconocida por la Aalmac:<sup>4</sup>

La AALMAC, en sus 17 años de existencia, ha señalado desde hace tiempo las debilidades estructurales y el agotamiento del modelo municipal: ha denunciado la infiltración y operación de la delincuencia en sus territorios y no ha sido atendida por los otros órdenes de gobierno. Incluso han pagado con su vida decenas de alcaldes, funcionarios y policías municipales —ninguno aclarado—. El doble centralismo que se padece ha cerrado la posibilidad de fortalecer ese ámbito de gobierno. (Nácar y Zavala, 2014)

Para el Trasnational Institute la mayor influencia del narcotráfico en las estructuras de gobierno es posible por la corrupción y sucede “en países como Colombia o México ... en el marco de las vinculaciones que buscan estas organizaciones —allá llamadas cárteles— con autoridades de gobierno, directamente, para lograr ciertas concesiones” (Soberón, 1997).

Las rutas de esta colonización han sido a través del reclutamiento de la clase política gobernante, en los procesos de selección de candidaturas o también en el ejercicio del gobierno, a partir de la amenaza sistemática contra los funcionarios municipales. En tal sentido, las instituciones locales han evidenciado su fragilidad para hacer frente al creciente clima de inseguridad y violencia. Los grupos delincuenciales tienen como finalidad influir en las estructuras subnacionales del país, particularmente en las áreas de seguridad municipal, por lo cual el principal foco de presión hacia las estructuras del poder político son las presidencias locales, de donde provienen la mayoría de los homicidios, los secuestros y las amenazas contra los alcaldes.

---

<sup>4</sup> Declaraciones publicadas por la Aalmac en un desplegado el 24 de noviembre de 2014 en el diario *La Jornada*.

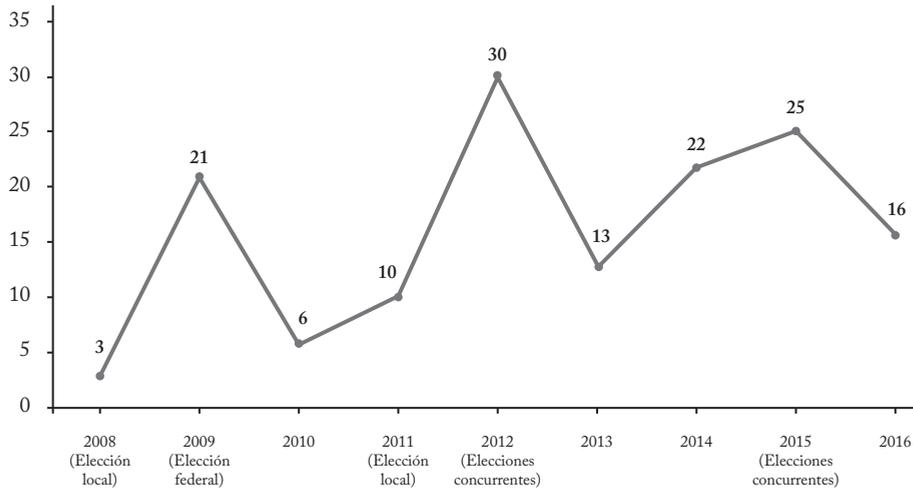
Así, debido a los espacios de fragilidad institucional en el ámbito local, paulatinamente los cárteles criminales han incrementado su influencia política en los territorios que controlan para el comercio de drogas y otras actividades delictivas. Esta influencia coercitiva ha potenciado la violencia contra actores políticos, lo que ha afectado la normalidad institucional en la entidad.

## **Violencia contra actores políticos en Guerrero**

Las principales características de la violencia contra actores políticos en Guerrero se agrupan de manera temporal, territorial, por el cargo que ocupan (en funciones, aspirante o tras haber concluido su puesto), por partido y por el sexo de las víctimas.

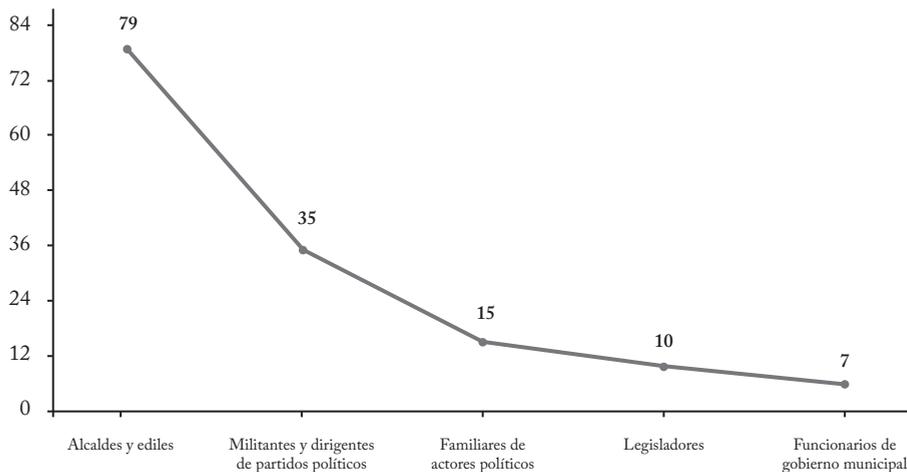
Entre 2008 y julio de 2016, se registraron en Guerrero 146 casos de violencia contra actores políticos, de los cuales 78 fueron homicidios; 36, secuestros, y 32, actos de amenazas (figura 6). Los picos de este fenómeno sucedieron en 2009, 2012, 2014 y 2015; con excepción de 2014, en estos años se celebraron procesos electorales federales (2009) y concurrentes (2012 y 2015). Es relevante que en los siete meses que se estudiaron de 2016 se hayan contabilizado 16 casos, situación que ya lo ubica como el quinto año de mayor violencia desde 2008, sin ser un año electoral.

**Figura 6. Violencia contra actores políticos en Guerrero por año, 2008-2016**



Fuente. Elaboración propia con datos de diarios locales de Guerrero.

Poco más de la mitad de estas acciones violentas (54 %) fueron dirigidas contra alcaldes y miembros del cuerpo edilicio de los gobiernos municipales (síndicos y regidores). También es relevante que 35 casos (24 %) se hayan realizado en contra de militantes o dirigentes de los partidos políticos. Mientras que los legisladores locales han sufrido 10 actos delictivos, los funcionarios de gobierno municipal suman siete y 15 familiares de los actores políticos han sido víctimas de esta violencia (figura 7).

**Figura 7. Violencia contra actores políticos por cargo**

Fuente. Elaboración propia con datos de diarios locales de Guerrero.

La violencia contra alcaldes, síndicos y regidores es, sin duda, la que tiene mayor impacto en los procesos políticos e institucionales. En el caso de Guerrero, de los 79 casos registrados, 34 fueron homicidios, 20 secuestros y 25 amenazas; cuatro de cada 10 casos se cometieron durante el desempeño del cargo político de la víctima. Es relevante la alta frecuencia de homicidios de síndicos y regidores en funciones (11 casos), así como las amenazas a alcaldes durante el ejercicio de su gobierno (13 casos) (tabla 1). Esta situación muestra el nivel de desafío que tienen las autoridades municipales frente a las presiones de los GDO por ampliar sus redes de influencia en el poder político local.

**Tabla 1. Violencia contra alcaldes, síndicos y regidores de Guerrero por tipo de delito, 2008-2016**

Violencia	Alcaldes			Regidores y síndicos			Total
	Candidatos	En funciones	Ex	Candidatos	En funciones	Ex	
Homicidio	5	3	8	1	11	6	34
Secuestro	7	3	8		2		20
Amenazas	8	13	3		1		25
Total	20	19	19	1	14	6	79
<b>Total por categoría</b>		<b>58</b>			<b>21</b>		

Fuente. Elaboración propia con datos de diarios locales de Guerrero.

En cuanto a la incidencia delictiva por partido político, ésta se ha concentrado en los dos partidos principales de la entidad: el Partido de la Revolución Democrática (PRD), con 75 casos (51 %), y el Partido Revolucionario Institucional (PRI), con 45 (31 %), lo cual es una tendencia *normal*, dado que éstos gobiernan la mayoría de los municipios guerrerenses; los otros partidos suman 26 casos (18 %) en total. Desagregado por delitos, la incidencia de homicidios es aún más alta en el PRD (58 %) que en el PRI (24 %), al igual que las amenazas; esta posición se invierte en el caso de los secuestros, donde el PRI concentra el mayor número de delitos, con 20, respecto al PRD, con 12 (tabla 2).

**Tabla 2. Violencia contra actores políticos en Guerrero por partido político, 2008-2016**

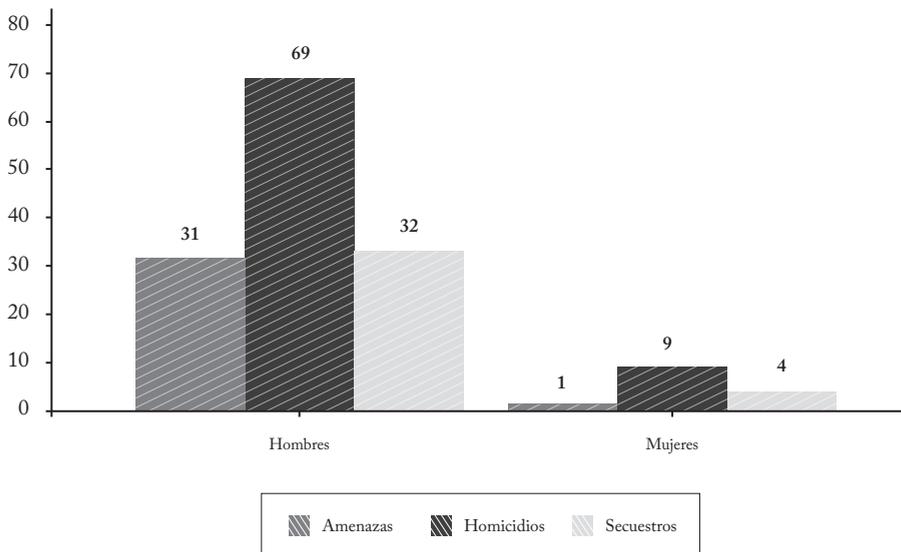
Partido político	Homicidios	Secuestros	Amenazas	Total
PAN	4	2	1	7
PRI	19	20	6	45
PRD	45	12	18	75
Movimiento Ciudadano (MC)	3	1	4	8
Partido del Trabajo (PT)	2		3	5
Movimiento Regeneración Nacional (Morena)	2	1		3
Partido Nueva Alianza (Panal)	1			1
Partido Socialdemócrata (PSD)	1			1
Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	1			1
<b>Totales</b>	<b>78</b>	<b>36</b>	<b>32</b>	<b>146</b>

Fuente. Elaboración propia con datos de diarios locales de Guerrero.

En cuanto al sexo de las víctimas, nueve de cada 10 casos de violencias están dirigidos contra actores políticos hombres y poco más de la mitad (69) de estos delitos son homicidios (figura 8). Las mujeres han sido menos vulnerables que los hombres, pero esto puede reflejar la escasa presencia de

éstas en cargos de los gobiernos municipales, pues en los casos registrados, el patrón de violencia es el mismo que en el de los hombres, con una mayor concentración en homicidios.

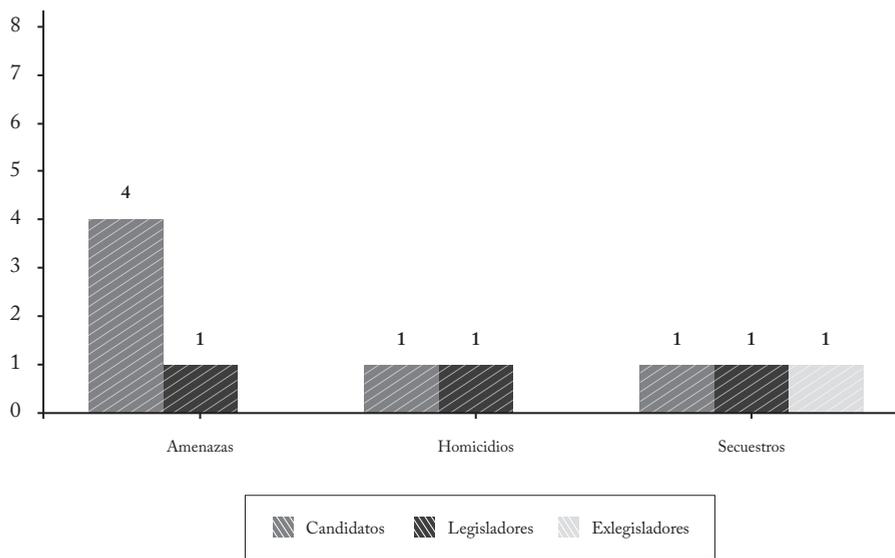
**Figura 8. Violencia contra actores políticos en Guerrero por sexo, 2008-2016**



Fuente. Elaboración propia con datos de diarios locales de Guerrero.

Los legisladores guerrerenses también han sido víctimas de la violencia política que permea la entidad. Durante el periodo de análisis (2008-2016), nueve legisladores y un exlegislador han sido víctimas del crimen organizado (figura 9). La mayor incidencia se observa en forma de amenazas en las candidaturas a ocupar una curul, esto es, durante los procesos electorales.

**Figura 9. Violencia contra legisladores de Guerrero, 2008-2016**



Fuente. Elaboración propia con datos de diarios locales de Guerrero.

### Violencia contra actores políticos por municipios y regiones

La violencia contra actores políticos en Guerrero afecta a 52 de los 81 municipios de la entidad, entre éstos los más importantes en términos poblacionales y económicos. De este universo, 17 municipios tienen los registros más altos, con un rango de tres a 12 casos: Coahuayutla (12); Acapulco (nueve); Iguala, Coyuca de Catalán y San Miguel Totolapan (ocho); Atoyac y Chilpancingo (seis); Ajuchitlán, Pungarabato y Ayutla (cinco); Ahuacuotzingo, Chilapa, Teloloapan y Zihuatanejo (cuatro); Taxco, Huamuxtitlán y Cualác (tres). En 21 municipios sólo se registró un caso y 14 sumaron dos registros de violencias.

A nivel regional el panorama es más desalentador, pues este fenómeno está presente en las siete regiones que comprenden la entidad, aunque con

mayor fuerza en Tierra Caliente, Costa Grande, Norte y Centro. Las regiones con menos registros de esta violencia son la Montaña y Costa Chica. La violencia por tipo de delito está distribuida de forma proporcional en todas las regiones, con excepción de los homicidios de la Costa Grande, donde este indicador se elevó por el caso de los 12 militantes del PRD que fueron asesinados en la jornada electoral del 5 de julio de 2009 en el municipio de Coahuayutla.

**Tabla 3. Violencia política por municipio, 2008-2016**

Región/ casos	Municipio	Total	Amenazas	Homicidios	Secuestros
Tierra Caliente 31	Coyuca de Catalán	8		4	4
	San Miguel Totolapan	8	1	3	4
	Ajuchitlán	5		2	3
	Pungarabato	5	3	1	1
	Cutzamala de Pinzón	2		2	
	Arcelia	1	1		
	Tlapehuala	1			1
	Zirándaro	1	1		
Costa Grande 29	Coahuayutla	12		12	
	Atoyac de Álvarez	6		4	2
	Zihuatanejo de Azueta	4		3	1
	Petatlán	2		2	

Región/ casos	Municipio	Total	Amenazas	Homicidios	Secuestros
	Tecpan	2		1	1
	Benito Juárez	1		1	
	Coyuca de Benítez	1			1
	La Unión	1		1	
Norte 24	Iguala de la Independencia	8	1	5	2
	Teloloapan	4	2	1	1
	Taxco	3	2	1	
	Apaxtla de Castrejón	2	1		1
	Cuetzala del Progreso	2	1		1
	Huitzuc de los Figueroa	2			2
	Cocula	1	1		
	Copalillo	1	1		
	Tepecoa-cuilco	1		1	
Centro 20	Chilpancingo de los Bravo	6	2	3	1
	Ahuacotzingo	4	1	2	1
	Chilapa de Álvarez	4		3	1
	Tixtla	2		1	1

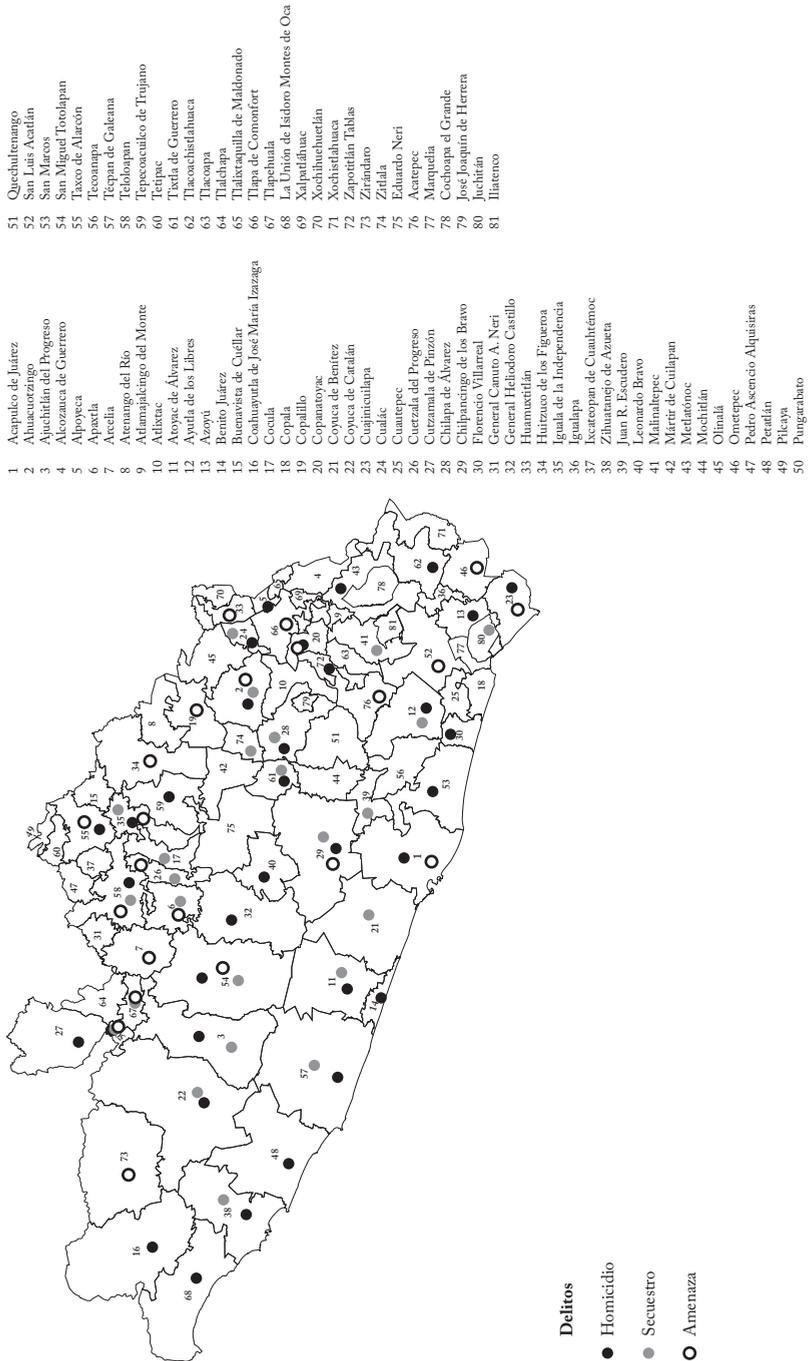
Región/ casos	Municipio	Total	Amenazas	Homicidios	Secuestros
	Heliodoro Castillo	1		1	
	Juan R. Escudero	1			1
	Leonardo Bravo	1		1	
	Zitlala	1			1
Costa Chica 17	Ayutla de los Libres	5	1	4	
	Cuajinicui- lapa	2	1	1	
	San Luis Acatlán	2	2		
	Tlacoschis- tlahuaca	2		2	
	Azoyú	1		1	
	Florencio Villarreal	1		1	
	Marquelia	1			1
	Ometepec	2	2		
	San Marcos	1		1	
Montaña 16	Cualác	3		1	2
	Huamux- titlán	3	3		
	Copanatoyac	2	1	1	
	Malinaltepec	2			2

Región/ casos	Municipio	Total	Amenazas	Homicidios	Secuestros
	Metlatónoc	1		1	
	Zapotitlán Tablas	2		2	
	Acatepec	1	1		
	Alpoyeca	1		1	
	Tlapa	1	1		
Acapulco	Acapulco	9	2	7	
<b>Total</b>		<b>146</b>	<b>32</b>	<b>78</b>	<b>36</b>

Fuente. Elaboración propia con información de diarios locales de Guerrero.

Como se aprecia en la figura 10, la violencia contra los actores políticos se encuentra en todo Guerrero, pero está más acentuada en las regiones donde es mayor la presencia de los GDO (figura 5), sobre todo en el territorio que rodea la Sierra Madre del Sur, integrado por las regiones de Tierra Caliente, Costa Grande, Norte, Centro y Acapulco. Este panorama geográfico confirma que la violencia contra los actores políticos está asociada a la mayor presencia de violencia criminal.

**Figura 10. Incidencias delictivas por municipio en Guerrero**



Fuente. Elaboración propia con datos de Solano (en prensa) y diarios locales de Guerrero.

El panorama de la violencia contra los actores políticos en Guerrero aquí presentado es ilustrativo, pero insuficiente. Muestra la gravedad de este fenómeno, en sus ámbitos territorial y temporal, evidenciando su asociación con la violencia criminal, derivada de la producción y el comercio ilegal de narcóticos; así como su mayor incidencia contra los alcaldes, los síndicos y los regidores durante el ejercicio de sus cargos. Se presume que está orientada a influir en las decisiones del poder municipal, en particular para la designación de los encargados de la seguridad y el manejo de la obra públicas. Abona a esta hipótesis el hecho de que los años de mayor violencia coincidan con la celebración de elecciones, es decir, cuando se renuevan el gobierno y la administración pública municipal.

Hace falta profundizar en sus relaciones de causalidad, al menos en dos dimensiones: por una parte, los mecanismos de colonización del poder político que han seguido los GDO y los acuerdos colusorios que aceptan, obligados o no, los gobernantes locales; y, por otra, la fragilidad y la opacidad institucional que favorece este proceso colonizador. Asimismo es relevante indagar las causas del alto número de delitos cometidos contra militantes de los partidos políticos, los cuales pueden tener un origen distinto a los GDO. En otro sentido, quedan por explorar los efectos políticos, sociales e institucionales de este fenómeno.

## Notas finales

El propósito de este trabajo fue describir el panorama de la violencia contra los actores políticos en Guerrero, entre 2008 y julio de 2016, de acuerdo con tres indicadores: homicidios, secuestros y amenazas, a partir de la información disponible en la prensa local.

Con la evidencia empírica elaborada para este ensayo es posible confirmar la premisa inicial: la violencia contra actores políticos es un subproducto de la violencia criminal, dada su convergencia espacial y temporal en cinco de las siete regiones de Guerrero, con mayor incidencia en 17 municipios que circundan las zonas de producción y distribución de narcóticos.

Entre las 146 víctimas de esta violencia (78 homicidios, 36 secuestros y 32 amenazas) que dio a conocer la prensa estatal, la mayor parte se centró en alcaldes y en miembros de los cuerpos edilicios, en su mayoría durante el ejercicio de su cargo. Pero también destaca la alta incidencia de violencia contra militantes de partidos políticos.

El crimen organizado afecta a todas las agrupaciones políticas. El partido con más casos de violencia es el PRD, con 75; en segundo lugar, se ubica el PRI, con 45 casos; los 26 restantes se distribuyeron en los partidos minoritarios de la entidad.

La posibilidad de que el crimen organizado colonice o financie las estructuras del poder político supone una falla en el entramado político-institucional, que puede tener su origen tanto en el reclutamiento de la clase política gobernante como en el ejercicio del gobierno. Así lo muestra el hecho de que la incidencia más alta de violencia contra actores políticos suceda en años electorales. Aunque es probable que no todos estos hechos delictivos sean realizados por los GDO, tampoco sus principales motivaciones están vinculadas al control territorial del mercado de drogas en la entidad; son cuestiones que merecen ser analizadas con mayor profundidad.

La grave crisis de violencia que aquí se ha expuesto también muestra el fracaso de la política federal en materia de seguridad pública. El efecto no deseado de esta política ha sido la balcanización de los grupos delictivos en la entidad, multiplicando las disputas regionales por el control territorial de ciudades y municipios.

Finalmente, la creciente influencia de los GDO en los municipios guerrerenses representa el mayor desafío a las instituciones de este estado mexicano para garantizar seguridad, paz y tranquilidad a sus habitantes.



## Fuentes de consulta

- Aguilar, Rolando (2016, 20 de abril). “Amapola sostiene a 1,287 poblados; Guerrero, monarca de la heroína”. *Excélsior*. Recuperado de <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/04/20/1087674#view-1>
- Ángel, Arturo (2016, 8 de abril). “Villahermosa, CDMX y Acapulco, las ciudades donde sus habitantes viven con más miedo por la inseguridad”. *Animal Político*. Recuperado de <http://www.animalpolitico.com/2016/04/villahermosa-cdmx-y-acapulco-las-ciudades-donde-sus-habitantes-viven-con-mas-miedo-por-la-inseguridad/>
- Arteaga Botello, Nelson (2007, enero-abril). “Repensar la violencia. Tres propuestas para el siglo XXI”. *Trayectorias*, 23, 43-54.
- Asociación de Autoridades Locales de México A. C. (2016, 24 de julio). “Cuadro de agresiones contra autoridades locales 2006-2016”. Recuperado de <http://www.aalmac.org/prensa/boletines/item/44-alcaldes-2006-2016.html>.
- Carrión, Fernando; Imbusch, Peter; y Misse, Michel (2011). “Violence research in Latin America and the Caribbean: a Literature review”. *International Journal of Conflict and Violence*, 5, 87-154.
- Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y la Justicia Penal A. C. (2016). *La violencia en los municipios de México, 2015*. Recuperado el 20 de julio de 2016, de <http://www.seguridadjusticiaypaz.org.mx/biblioteca/download/6-prensa/235-la-violencia-en-los-municipios-de-mexico-2015>
- Cunjama López, Emilio Daniel y García, Alan (2014, marzo-abril). “Narcotráfico y territorios en conflicto en México”. *El Cotidiano*, 99-111. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/325/32530724014.pdf>
- Guerrero Gutiérrez, Eduardo (2012, febrero). “2011: la dispersión de la violencia”. *Nexos*, 410, 13-18.
- Guerrero Gutiérrez, Eduardo (2014, noviembre). “Guerrero en crisis”. *Nexos*. Recuperado de <http://www.nexos.com.mx/?p=24035>
- Guerrero Gutiérrez, Eduardo (2015, febrero). “¿Bajó la violencia?”. *Nexos*. Recuperado de <http://www.nexos.com.mx/?p=24035>
- Hernández Norzagaray, Ernesto (Coord.) (2010). *Elecciones en tiempos de guerra*. México: Universidad Autónoma de Sinaloa.

- Heyns, Christof (2014). “Informe del relator especial sobre las ejecuciones extrajudiciales, sumarias o arbitrarias”. Recuperado el 25 de julio de 2016, de <http://www.acnur.org/t3/fileadmin/Documentos/BDL/2015/9931.pdf?view=1,%20p%C3%A1rr.%2076>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía Estadísticas (s. f.). Recuperado de <http://www.inegi.org.mx/>
- Krug, Etienne G.; Dahlberg, Linda L.; Mercy, James A.; Zwi, Anthony B.; y Lozano, Rafael (Coords.) (2003). *Informe mundial sobre la violencia y la salud: la violencia un problema mundial de salud pública*. Washington: Organización Panamericana de la Salud/Oficina Sanitaria Panamericana/Oficina Regional de la Organización Mundial de la Salud.
- Lohmuller, Michael (2016, 21 de abril). “Informa documento rol de Guerrero como capital de la amapola en México”. Centro de Investigación de Crimen Organizado. Recuperado de <http://es.insightcrime.org/noticias-del-dia/informe-documenta-rol-guerrero-como-capital-ama-pola-mexico>
- Moloeznik, Marcos Pablo (Comp.) (2013). ¿Qué es le seguridad ciudadana? México: EAPDF-Miguel Ángel Porrúa.
- Moreno Martín, Florentino (2009). “Violencia colectiva, violencia política y violencia social. Aproximaciones conceptuales”. En Iñaki Markez Alonso, Alberto Fernández Lira y Pau Pérez-Sales (Coords.), *Violencia y salud mental*. España: AEN.
- Nácar, Jonathan y Zavala, Misael (2014). “Impunes, 63 asesinatos de alcaldes en México”. *24 Horas*. Recuperado el 3 de diciembre de 2014, de <http://www.24-horas.mx/impunes-63-asesinatos-de-alcaldes-en-mexico/>
- Ojeda, Rosa Icela y Ortega, Rogelio (2000). “Nudos y perspectivas teóricas de las violencias”. Conferencia impartida en el Coloquio por la Paz, Universidad Autónoma de Guerrero.
- Paniagua, Abraham y Valdez, Andrés (2011, enero-junio). “Criminalidad, inseguridad pública y comportamiento de los electores: un análisis del proceso electoral estatal 2010 en Ciudad Juárez, Chihuahua”. *Estudios Fronterizos*, 49-78.
- Pereyra, Guillermo (2012). “México: violencia criminal y ‘guerra contra el narcotráfico’”. *Revista Mexicana de Sociología*, 74, 429-460. Recuperado el

- 27 de julio de 2016, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-25032012000300003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032012000300003&lng=es&tlng=es)
- Rubio Díaz, Laura y Pérez, Brenda (2016, enero). “Desplazados por la violencia. La tragedia invisible”. *Nexos*. Recuperado de <http://www.nexos.com.mx/?p=27278>
- Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (2016, agosto). “Datos abiertos de incidencia delictiva”. Recuperado de <http://secretariadoejecutivo.gob.mx/incidencia-delictiva/incidencia-delictiva-datos-abiertos.php>
- Siempre!* (2016, 14 de mayo). “Guerrero, principal productor de amapola”. Recuperado de <http://www.siempre.com.mx/2016/05/guerrero-principal-productor-de-amapola/>
- Soberón, Ricardo (1997). “Corrupción, narcotráfico y fuerzas armadas: una aproximación para América Latina”. Recuperado de <http://www.tni.org/es/article/corrupci%C3%B3n-narcotr%C3%A1fico-y-fuerzas-armadas-una-aproximaci%C3%B3n-para-am%C3%A9rica-latina>. Consultado el 1 de mayo de 2014.
- Solano Ramírez, Gabino (en prensa). “La elección en Guerrero ante los desafíos de las violencias”. En Héctor Tejera, Emanuel Rodríguez y Pablo Castro, *El momento que vivimos en la democracia mexicana. Procesos locales y nacionales a partir de las elecciones 2015*. México: Universidad Autónoma Metropolitana/Universidad de Guadalajara.
- Solano Ramírez, Gabino; Luque, José; y Gracida, Hortensia (en prensa). “Ayotzinapa. Entre la fragilidad institucional y la violencia del crimen organizado”. En *Anuario Latinoamericano*.
- Tirado, Jafet (2015, 17 de julio). “El Chapo va por más poder: especialistas”. *El Financiero*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/el-chapo-va-por-mas-poder-especialistas.html>
- Torres-Rivas, Edelberto (1996, junio). “Tras la violencia y el miedo, la democracia: notas sobre el terror político en América Latina”. *Sistemas [Violencia Política]* núms. 132-133, 73-88.



# Influencia personal de los candidatos y competencia espacial en las elecciones presidenciales venezolanas de 2006 a 2013

*Candidates' Personal Influence and Spatial Competition in Venezuelan Presidential Elections from 2006 to 2013*

Julen Berasaluce Isa\*  
Luis Eduardo León Ganatios\*\*

## Resumen

En la presente investigación se justifica la construcción de un modelo de competencia espacial para las elecciones presidenciales venezolanas con base en el número efectivo de partidos y los índices de polarización ponderada y escalar. El modelo presentado permite construir una clasificación de la influencia personalista de los candidatos, como resto no explicado por una competencia

**Artículo** recibido el 23 de julio de 2016 y aceptado para su publicación el 8 de septiembre de 2016. La **dictaminación** de este trabajo fue realizada por evaluadores externos al Instituto Electoral del Estado de México.

■ pp. 111-148

---

\* Doctor en Economía por la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Ha sido profesor en la Universidad de Guanajuato (UG) y en El Colegio de México (Cólme). Es autor de varios artículos sobre competencia espacial, propiedad intelectual y políticas de crecimiento. Asimismo se ha desempeñado como asesor para organismos públicos. Correo electrónico: jberasaluce@colmex.mx

\*\* Doctor en Procesos Políticos Contemporáneos por la Universidad de Salamanca (USAL), España. Funge como profesor de tiempo completo en la UG. Es autor de libros y artículos sobre competencia espacial del voto en Latinoamérica. Ha colaborado con el Instituto Electoral de Guanajuato (IEEG), del cual es consejero editorial, y con el Instituto Nacional Electoral (INE). Correo electrónico: ganatios.leon@gmail.com

ideológica espacial. Además de clasificar a los candidatos de las tres últimas elecciones presidenciales por su influencia personal, se ofrecen previsiones para futuros comicios tomando como base el cambio de la distribución ideológica. Para la construcción del modelo, se consideran los supuestos de voto ideológico simétrico y una sola dimensión.

**Palabras clave:** competencia espacial, elecciones, candidatos, valencia, sistema de partidos, Venezuela.

## Abstract

This research project presents a spatial competition model for Venezuelan presidential elections based on the effective number of parties and weighted and scalar polarization indices. The model makes it possible to construct a classification of candidates' influence based on personality as an remainder unexplained by spatial ideological competition. In addition to classifying the candidates in the last three presidential elections by their personal influence, the authors offer predictions for future balloting based on change in ideological distribution. Suppositions of symmetrical ideological votes and a single dimension were used to build the model.

**Key words:** spatial competition, elections, candidates, valence, party system, Venezuela.

## Introducción

En cada proceso electoral se discuten y se valoran las capacidades personales de cada candidato. Al finalizar el proceso, la definición de ganadores y perdedores ofrece un escenario final sobre las supuestas habilidades de los participantes. Sin embargo, el resultado definitivo no depende sólo de las capacidades de un candidato, sino también de la posición ideológica que representa. Por ello, proponemos un modelo y su aplicación a las tres últimas elecciones presidenciales en Venezuela, con el fin de conocer cuál es la calidad y la influencia relativa de los principales participantes.

Para ello, definiremos el tipo de competencia partidista existente en Venezuela, con el fin de justificar adecuadamente los supuestos del modelo; en concreto, el número de partidos, la polarización ideológica, la importancia de las características personales y la consideración de la competencia espacial. Esta última presupone la existencia de un espacio ideológico que los partidos políticos emplean para situarse y según el cual los ciudadanos emiten su voto. Con base en este modelo, observaremos los resultados esperados e introduciremos un término de calidad en los candidatos, que obtendremos endógenamente, exigiendo que el mismo refleje el resultado electoral.

La toma en consideración del modelo de competencia espacial implica la suposición de una forma de utilidad concreta de los ciudadanos con respecto al voto. Entre las mayores suposiciones que tenemos que realizar en este modelo figura la consideración de que todos los votantes, si bien pueden tener ideales distintos, tienen utilidades simétricas con respecto a su ideal. Además hemos de suponer también que las funciones de utilidad son homogéneas. Sin embargo, los resultados obtenidos no dependen de las subjetividades ideológicas a la hora de emitir un juicio.

A pesar de lo reductivo de los argumentos, consideramos que la participación de dos actores principales en las elecciones presidenciales venezolanas de los últimos años brinda un escenario particular para la aplicación de esta técnica. La tendencia de apoyo de muchos grupos políticos a un candidato u otro manifiesta *a priori* la importancia personal de los participantes, puesto que ofrece suficientes posibilidades analíticas para contemplar las repercusiones del modelo.

Somos conscientes de que dejamos de lado muchas variables explicativas, como las variables temporales que se han creado a lo largo de todo el régimen chavista; variables de índole política, económica y social; *issues* no políticos, o incluso diferentes escenarios electorales, que podrían ayudar a explicar mejor los resultados electorales venezolanos analizados. Cabe destacar que en el modelo espacial de Downs (1957) se resume la expresión de muchas variables en términos del posicionamiento ideológico.

En cualquier caso, el objetivo del artículo no radica en dar una explicación completa a los resultados electorales analizados, sino en ofrecer

una clasificación del efecto personal de los candidatos, incluyendo la distribución ideológica, como factor que relativiza el éxito obtenido por cada uno de ellos. Sin embargo, es preciso mencionar que para la aplicación de la técnica es necesario utilizar como datos los resultados de las elecciones presidenciales. Por lo tanto, en caso de que los mismos estuvieran totalmente intervenidos, no cabría conclusión alguna del análisis realizado. No obstante, en la medida en que los resultados electorales reflejen, al menos parcialmente, las preferencias ciudadanas, y, sobre todo, su variación con respecto a las distribuciones ideológicas encuestadas, la comparación ofrecida permitirá desglosar el efecto no ideológico.

## **El sistema de partidos en Venezuela**

El sistema de partidos venezolano comenzó a gestarse en la década de los cuarenta, con la aparición de los principales partidos: “En primer término el Partido Comunista en 1931 y posteriormente Acción Democrática (AD), en 1941. Posteriormente se crearían Unión Republicana Democrática (URD) y el partido socialcristiano COPEI (Comité de Organización Política Electoral Independiente), en 1945 y 1946 respectivamente” (Molina y Pérez, 1996, p. 202).

Para esta investigación consideramos analizar el sistema de partidos venezolano a partir de dos momentos constitucionales: la Carta Magna de 1961 y la de 1999:

La Constitución de 1961 era una Constitución reformista a distancia de actos revolucionarios y con voluntad de establecer con eficacia las reglas de la acción política que pusieran la sustentabilidad de su diseño democrático ... el nuevo constitucionalismo de 1999 propone restituir derechos sociales que presenta como anulados durante el periodo de la partidocracia. (Marta, 2002, p. 24)

De esta forma, se analizará el bloque de elecciones ocurridas entre 1963 y 1993 y, en segundo término, el de las elecciones entre 1998 y 2013, para definir el tipo de sistema de partidos en cada uno.

Uno de los indicadores propuestos por Sartori (2009) para definir la evolución y estabilidad del sistema de partidos es el número efectivo de los mismos,<sup>1</sup> “índice que permite apreciar cuántos partidos compiten electoralmente, y toma en cuenta el número de partidos reales que consiguen al menos un 10 % de los votos” (Oñate y Ocaña, 1999, p. 36).

**Tabla 1. Número efectivo de partidos en Venezuela de las elecciones de 1963 a las de 1993**

Partido	1963	1968	1973	1978	1983	1988	1993
AD	32.8 %	27.6 %	48.7 %	43.3 %	58 %	53 %	23.6 %
Copei	20.1 %	28.6 %	36.7 %	46.6 %	33.5 %	40.4 %	22.7 %
URD	17.5 %	11.8 %	X	X	X	X	X
Convergencia	X	X	X	X	X	X	30.4 %
La Causa Radical (LCR)	X	X	X	X	X	X	21.9 %
Número efectivo de partidos	5.55	5.88	2.63	2.5	2.22	2.27	4

Fuente. Elaboración propia con base en información de Luis León (2011, pp. 99-104).

Se puede observar en la tabla 1 que en la década de los sesenta el sistema político muestra un multipartidismo limitado, siempre dominado por alguno de los dos partidos que en las dos décadas siguientes establecieron un bipartidismo casi perfecto. En la década de los noventa aparece el parti-

<sup>1</sup> El índice de número efectivo de partidos de Laakso y Taagepera se calcula con la fórmula  $N = 1 / \sum_{i=1}^n p_i^2$ , donde  $p_i^2$  es el resultado relativo obtenido por cada partido para el total de partidos  $n$  (Oñate y Ocaña, 1999, p. 36).

do Convergencia,<sup>2</sup> que logró ganar las elecciones de 1993, al mismo tiempo que se retornó a un sistema multipartidista, que significaría la debacle subsiguiente de los partidos políticos AD y Copei.

En las elecciones de 1998 el sistema político se volvió bipartidista, arrastrado en parte por la crisis de los partidos tradicionales y por los cambios constitucionales<sup>3</sup> promovidos por el presidente electo ese año.

La posibilidad de la reelección presidencial cambió el juego de competencia partidista, pues se presentó a partir de ese momento la intención de continuidad del presidente, frente a una oposición que de una forma u otra se ha organizado para presentar una fórmula única que compita contra el candidato del gobierno.

De esta manera, se proponen dos candidatos que cooptan el apoyo de diferentes grupos políticos, formando alianzas y entendiendo que el juego electoral debe reducirse, para ser competitivo, únicamente a dos opciones a elegir.

---

<sup>2</sup> Rafael Caldera, recién salido del Copei a raíz de la disidencia en relación con la opinión pública sobre el primer intento de golpe de Estado del 4 de febrero de 1992, ganó al lograr presentarse ante los electores como independiente, “apoyado por el partido de su propia creación CONVERGENCIA y otros grupos —a los que se les dio el nombre de *chiripero*— unidos en torno a un mensaje antisistémico en lo económico y lo político” (Sonntag, 1997, p. 17).

<sup>3</sup> El cambio constitucional más relevante a nuestro juicio para esta investigación se encuentra en el artículo 230 de la Constitución Bolivariana de la República de Venezuela: “El período presidencial es de seis años. El Presidente o Presidenta de la República puede ser reelegido o reelegida, de inmediato y por una sola vez para un periodo adicional”. En este artículo se aumenta en un año el periodo de gobierno y se permite la reelección. Sin embargo, el mismo sufre una enmienda, mediante referéndum celebrado el 15 de febrero de 2009, que consistió en suprimir la frase “por una sola vez para un periodo adicional” (Consejo Nacional Electoral de la República Bolivariana de Venezuela, s. f.).

**Tabla 2. Número efectivo de partidos en Venezuela de las elecciones de 1998 a las de 2013**

Candidato	1998	2000	2006	2012	2013
Hugo Chávez Frías	56.2 %	60.3 %	62.8 %	55 %	X
Nicolás Maduro Moros	X	X	X	X	50.6 %
Enrique Salas Romer	39.9 %	X	X	X	X
Francisco Arias Cárdenas	X	37.5 %	X	X	X
Manuel Rosales	X	X	36.9 %	X	X
Henrique Capriles Radonski	X	X	X	44.3 %	49.1 %
Número efectivo de partidos	2.12	2	1.85	2.04	2

Fuente. Elaboración propia con base en información de Political Database of the Americas (s. f.) —datos de 1998 a 2006— y Consejo Nacional Electoral de la República Bolivariana de Venezuela (s. f.) —datos de 2012 a 2013—. <sup>4</sup>

Se puede observar que a partir de 1998 el sistema político venezolano se volvió bipartidista, a juzgar por el número efectivo de partidos resultante en cada elección. Sin embargo, es preciso determinar el grado de polarización existente entre los partidos venezolanos. Esto define el tipo de competencia partidista que se ha presentado en cada elección y que puede determinar el

<sup>4</sup> Cabe destacar que aquellos candidatos y partidos que no obtuvieron resultados electorales superiores a 5 % no fueron tomados en cuenta. Las alianzas y los apoyos partidistas que recibieron los candidatos en cada elección quedan descritos de la siguiente manera, como información adicional: Hugo Chávez, 1998, Movimiento Quinta República (MVR), Movimiento al Socialismo (MAS), Patria Para Todos (PPT), Partido Comunista Venezolano (PCV), Movimiento Electoral del Pueblo (MEP) y otros; Salas Romer, 1998, Proyecto Venezuela (PV), AD y Copei; Hugo Chávez, 2000, MVR; Francisco Arias Cárdenas, 2000, La Causa Radical (LCR); Hugo Chávez, 2006, Polo Patriótico, MVR, Por la Democracia Social (Podemos), PPT, PCV, MEP, Unión Popular Venezolana (UPV) y otros; Manuel Rosales, 2006, Un Nuevo Tiempo (UNT), Copei, Primero Justicia (PJ), MAS, LCR y otros; Hugo Chávez, 2012, Coalición “Gran Polo Patriótico” —Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), PCV, PPT, Podemos, MEP, UPV y otros—; Henrique Capriles Radonski, 2012, Coalición “Mesa de Unidad Democrática” (conocida como MUD) —Primero Justicia (PJ), UNT, AD, Copei, Voluntad Popular y otros—. Para las elecciones de 2013, Nicolás Maduro Moros fue apoyado por la Coalición “Gran Polo Patriótico” (conocida también como GPP), y Henrique Capriles volvió a ser apoyado por la MUD.

tipo de competencia que se presentará en futuras elecciones. Para esto es necesario establecer el grado de polarización ponderada existente.

## **El peso de la ideología en el sistema de partidos en Venezuela**

Con el fin de aplicar un modelo de competencia espacial en las elecciones presidenciales de 1993 a 2013 en Venezuela, resulta importante definir los criterios ideológicos que puedan permitir analizar dicha competencia electoral en términos de una escala lineal de valores y la posterior ubicación de partidos políticos y votantes en la misma.

Sartori (2009) formuló un índice de polarización que ayudaba a establecer el peso y la distancia ideológicos dentro de una elección, entendiendo dicha polarización como “el ámbito general del espectro ideológico de cualquier comunidad política dada” (p. 167). Si se habla de polarización de un sistema de partidos, debe referirse al modelo espacial propuesto originariamente por Downs (1957).

**Tabla 3. Ubicación ideológica de los partidos políticos venezolanos**

Partido o coalición	Ubicación en 1993	Ubicación en 1998	Ubicación en 2006	Ubicación en 2012
AD	4.5	5.6	X	X
Copei	5.75	7	X	X
LCR	4.6	X	X	X
Convergencia	4.71	X	X	X
MAS	3.67	3.83	X	X
MVR	X	4.11	X	X
PV	X	7	X	X
“Polo Patriótico”	X	X	4.03	X
“Unidad Nacional”	X	X	7.39	X
“Gran Polo Patriótico”	X	X	X	3.55
“Mesa de Unidad Democrática”	X	X	X	8.39

Fuente. Elaboración propia con base en información de Zechmeister (2010, p. 102) —ubicaciones ideológicas de 1993—, Alcántara (2006, p. 344) —ubicaciones ideológicas de 1998— y Latin American Public Opinion Project (Lapop, s. f.) —ubicaciones ideológicas de 2006 y 2012—.

Se puede observar que a partir de 2006 la competencia partidista se produce entre alianzas. Para ese año se ubica el “Polo Patriótico” en un espacio ideológico de centro izquierda y la “Unidad Nacional” se torna en el centro derecha de la escala del uno al 10. Para 2012 las alianzas extreman sus posiciones dentro del espectro izquierda-derecha, con 3.55 para el Partido Socialista Unido de Venezuela (GPP) a la izquierda y la MUD hacia la derecha.

**Tabla 4. Polarización ponderada y polarización ponderada escalar en las elecciones presidenciales de 1993 a 2012**

Polarizaciones	1993	1998	2006	2012
Polarización ponderada	0.23	2	2.81	6.28
Polarización ponderada escalar	0.95	2.82	3.35	5.01

Fuente. Elaboración propia a partir de la fórmula de polarización ponderada y polarización ponderada escalar.

En la tabla 4 se calcula el índice de polarización ponderada, que difiere del índice clásico propuesto por Sartori en el sentido de introducir un mecanismo que pondere adecuadamente la importancia que tiene cada partido con respecto a sus resultados electorales.<sup>5</sup>

En las elecciones de 1993, en las que se presentó un multipartidismo limitado, el bajo índice de polarización ponderada permite afirmar que fue un multipartidismo de tipo moderado, es decir, sin posiciones extremas ideológicas dentro del continuo izquierda-derecha.

Para los comicios de 1998 el sistema se volvió bipartidista, según el número efectivo de partidos, pero esto no ocurrió porque sólo existieran dos partidos, sino porque todas las fuerzas políticas confluyeron en dos bandos.

Sartori (2009 p. 230) señala que este fenómeno se denomina *coaliciones alternativas*; consiste en que una oposición unilateral puede unir sus fuerzas

<sup>5</sup> Hazan (1997) señala que el índice de Sartori se limita a “medir la distancia entre los dos partidos más extremos, incurriendo en una exageración de la medida de la polarización” (p. 44); por tanto, resulta más preciso utilizar el índice de polarización ponderada cuya fórmula es:

$$PP = \sum_{i=1}^n \frac{V_i}{100} (x_i - \bar{x})^2$$

En donde  $v_i$  es el porcentaje de votos obtenidos en una elección;  $x_i$ , la posición que ocupa el partido político en la escala uno-10, y  $\bar{x}$ , la media de las posiciones de los partidos en la escala (Oñate y Ocaña, 1999, p. 42). La polarización ponderada escalar consiste en adecuar el resultado a una escala lineal de valores comprendida entre uno y 10, y éste se obtiene aplicando una raíz cuadrada y después multiplicando el resultado por dos (León, 2013, p. 73).

para competir electoralmente y tener opciones de triunfo, y la otra fuerza electoral también une sus fuerzas. De esta forma, se imita el bipartidismo, pero en realidad existe un número importante de partidos que conforman un pluralismo moderado.

Le otorgamos esta clasificación porque la polarización ponderada es de dos y aún es un número bajo para hablar de una polarización extrema.

En las elecciones de 2006 ocurrió el mismo fenómeno; la polarización aumentó, pero todavía no fue altamente significativa (2.81) para hablar de polarización extrema, aunque es interesante hacer notar que la tendencia de polarización va aumentando elección tras elección.

En los comicios de 2012 se incrementó significativamente la polarización, superando los cinco puntos (6.28). Un sistema polarizado sí produce inconvenientes consecuencias dentro de la institucionalización democrática.

Extraemos seis consecuencias planteadas por Sartori (2009, pp. 175-182) que caracterizan a un sistema fuertemente polarizado y que, a nuestro juicio, tienen mucha relevancia dentro del sistema político venezolano:

1. Se crean uno o varios partidos antisistema que buscan un impacto deslegitimizador.
2. Se crean oposiciones bilaterales, grupos opositores que no pueden unir sus fuerzas.
3. Se crea un centro pasivo y los partidos polarizados tratan de cooptarlo.
4. La gran distancia en la polarización impide el consenso entre grupos opositores.
5. Se genera una estructuración ideológica congénita que conlleva a una participación personal y emotiva en la política.
6. Se genera una política de superoferta y de promesas excesivas por parte de los candidatos.

A nivel explicativo, resulta muy interesante la situación de Venezuela en términos de polarización, pues un sistema polarizado recurre fuertemente a las identidades ideológicas y esto haría muy explicativa la aplicación de un modelo de competencia espacial en una escala unidimensional de valores ideológicos. Todo esto en conjunción con variables de valencia o persona-

listas, a fin de establecer la importancia de cada una de éstas. La inclusión de la valencia se prevé de especial relevancia, dada la competencia centrípea (en torno al centro), puesto que en ésta la diferenciación ideológica entre partidos es menor.

En el caso de Venezuela la competencia es centrífuga (alejada del centro), lo cual puede significar una limitante dentro del análisis.

## **La competencia espacial y la valencia**

La teoría espacial del voto, también conocida como modelo clásico o modelo de proximidad, fue propuesta por primera vez por Anthony Downs (1957) y Duncan Black (1958), con base en un modelo de competencia espacial desarrollado por Harold Hotelling (1929). Este modelo no versaba sobre competencia electoral, sino que trataba de incluir la variable espacial geográfica en un modelo de competencia empresarial para entender por qué las empresas tendían a encontrarse cerca unas de otras. La consideración de la ideología política como un espacio hizo adaptable dicho modelo para su utilización en la explicación de los fenómenos políticos.

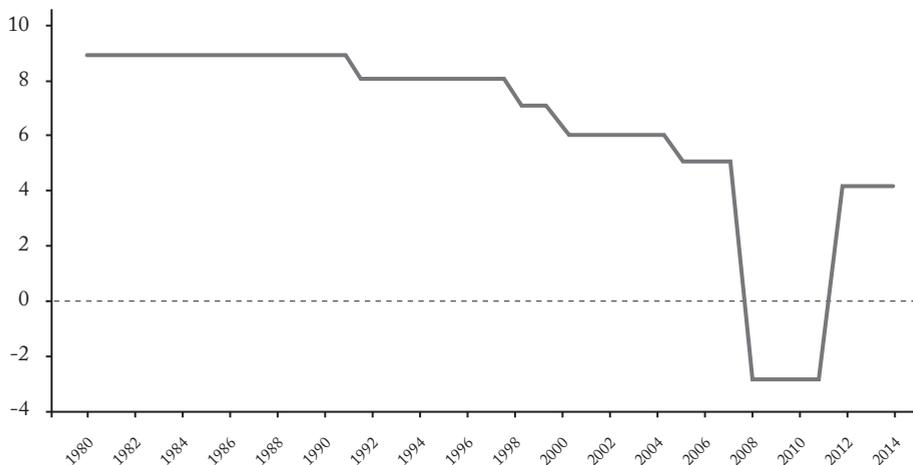
La teoría espacial del voto puede aplicarse en regímenes democráticos en donde se sometan a elecciones dos o más partidos políticos, y se necesita de una condición básica, propuesta por Downs (1992), para hacer que los criterios espaciales sean políticamente significativos, la cual consiste en que “en una sociedad, los partidos políticos pueden ordenarse de izquierda a derecha en forma reconocida por todos los votantes” (p. 102).

En el caso venezolano se puede considerar que el sistema democrático es “parcialmente libre” (Freedom House, s. f.), con elecciones periódicas y regulares desde 1958.

Sin embargo, es cierto que, si nos fijamos en la evolución de una variable continua que incorpore características democráticas y autocráticas, se observa desde 1992 un deterioro de la calidad democrática en Venezuela que se agravó de 2009 a 2012. Los valores de entre cinco puntos positivos y tres puntos negativos que se observan para el periodo analizado, de una escala entre 10 puntos positivos y 10 puntos negativos, aconsejarían una

mayor prudencia en el análisis realizado para los años en que los elementos autocráticos toman protagonismo. La situación venezolana se encontraría en términos generales, para el periodo analizado, en un régimen intermedio con elementos democráticos y autocráticos. De esta manera, los resultados electorales debieran considerarse como un reflejo parcial de la voluntad ciudadana y en esa medida se incorporan al análisis realizado.

**Figura 1. Evolución del índice de democratización en Venezuela (1980-2015)**



Fuente. Center for Systematic Peace (s. f.).

Bajo el supuesto de ciudadanos caracterizados por preferencias unimodales en un espacio electoral unidimensional, comúnmente identificado con el espacio ideológico izquierda-derecha, el modelo predice que dos partidos políticos únicamente motivados por la victoria electoral ofrecerán una plataforma política idéntica a la ideal del ciudadano mediano. La alteración de algunos de los supuestos, como la combinación de voto probabi-

lístico con una motivación ideológica de los partidos o la introducción de variables personalistas, matizan el resultado de la convergencia absoluta de los partidos en torno al mediano.

En las aplicaciones de la teoría espacial se suele considerar una escala del cero al 10, en la que el cero se identifica con la izquierda y el 10 con la derecha. Bajo el supuesto de unimodalidad de las preferencias de los votantes, que indica que se encuentran peor cuanto más se alejan de su ideal, se puede asegurar la transitividad de la votación. A fin de poder comparar los datos, se supone una misma forma de la función de utilidad de los votantes, que sólo se diferencia por el ideal de cada ciudadano y está dada por:

$$U(x_i, \pi_j) = - |x_i - \pi_j|$$

En la fórmula anterior,  $x_i$  representa el ideal del ciudadano  $i$ , mientras que  $\pi_j$  expresa la plataforma del partido político  $j$ . Bajo el supuesto de ausencia de costos de votación, el individuo  $i$  votará por el partido  $j$ , en vez de por el partido  $k$  (cuando  $j$  es distinto a  $k$ ), si y sólo si:

$$U(x_i, \pi_j) > U(x_i, \pi_k)$$

En caso de que el ciudadano se encuentre igualmente cercano a los dos partidos, emitirá su voto equiprobablemente.

Dicho comportamiento presupone cierta homogeneidad entre los partidos, puesto que éstos sólo se diferencian en su plataforma política, cuestión que depende de su propia decisión. El modelo se enriquece si se consideran diferencias exógenas entre los partidos. Una de éstas es la variable personalista, también conocida bajo el término de valencia.

La introducción de la valencia en la competencia electoral fue primeramente planteada por Stokes (1963) en su crítica a la competencia espacial como forma de representar el comportamiento de los votantes. Stokes (1963) argumentaba a favor de las dimensiones políticas en las que todos

los ciudadanos compartían su opinión, como el crecimiento económico o la disminución de la criminalidad.

A pesar del surgimiento de la valencia como crítica a la competencia espacial, dicha variable se ha integrado en la misma, como diferencia entre los candidatos sobre la que no existe un posicionamiento heterogéneo entre los ciudadanos. Ansolabehere y Snyder (2000) analizan el equilibrio teórico bajo estrategias puras de una competencia espacial con la inclusión de valencia. En el equilibrio, el partido con el candidato favorecido ocupa una posición más cercana al mediano, obligando a su oponente a diferenciarse ideológicamente y a ocupar una situación más extrema, puesto que la similitud ideológica es beneficiosa para el candidato con mayor valencia. Aragonés y Palfrey (2002) extienden este resultado a equilibrios con estrategias mixtas simétricas.

Si bien la valencia es, por definición, una variable compartida por todos los ciudadanos, pueden existir diferencias en la información que los votantes disponen sobre la misma. Wittman (2007) explica que la publicidad sobre la valencia puede servir, por parte de los grupos de presión, como contrapartida a cambio de acercamientos ideológicos.

Mediante la incorporación del término de valencia ( $v_j$ ), la función de utilidad de los ciudadanos resulta en:

$$U(x_i, \pi_j, v_j) = - |x_i - \pi_k| + v_j$$

Se mantiene el mismo comportamiento de los votantes explicado anteriormente.

### **Cálculo de la valencia para los principales contendientes en las elecciones presidenciales de Venezuela en 2006, 2012 y 2013**

Supongamos que el comportamiento de los votantes es el descrito anteriormente bajo la consideración de la inclusión del término de valencia. En ese caso, los resultados electorales serían el producto de dos factores. Por un lado, tendríamos el factor ideológico, resultante de la combinación de la

ubicación ideológica de los ciudadanos y la propia de los partidos políticos. Por otro, se encontraría la valencia de los candidatos, el término personalista de igual valoración entre los ciudadanos.

Para diferenciarlos, consideraremos la autoubicación ideológica de los ciudadanos en una escala de izquierda a derecha ofrecida por Latinobarómetro. Bajo el supuesto de simetría, según el cual los ciudadanos valoran igualmente los alejamientos de su ideal político en cualquiera de las dos direcciones, podríamos prever el resultado electoral si conociéramos cuál es la valencia de cada candidato. De igual manera, conociendo, *a posteriori*, el resultado electoral, podemos calcular las valencias de los candidatos que lo replicarían bajo el modelo descrito. Así, podemos ofrecer una clasificación de los candidatos en función de su valencia, es decir, de la valoración de los ciudadanos sobre los contendientes en función de criterios no ideológicos.

Esta técnica para clasificar a los candidatos requiere de un resultado electoral, o de una previsión de los mismos, y de la ubicación ideológica de los ciudadanos y el partido. Se puede resumir como un resto del resultado electoral no explicado por la ubicación ideológica de los ciudadanos. A diferencia de las encuestas de opinión sobre los políticos, ofrece datos no sesgados por la ubicación ideológica de los encuestados. Nótese que un ciudadano tenderá a opinar favorablemente sobre un candidato cercano a su ideal político, mientras que otorgará una mala puntuación a un candidato que se encuentre más alejado de este ideal.

Para la realización del análisis partiremos de una distribución de la ubicación de los ideales políticos de los ciudadanos o votantes. Se ha de tener en cuenta que la distribución ofrecida por Latinobarómetro es discreta, puesto que los votantes se han de ubicar en un número entero, del cero al 10. El tratamiento de dicha distribución generaría discontinuidades, dado que un acercamiento político infinitesimal de un candidato le permitiría obtener todo el apoyo de los ciudadanos que se ubican en un mismo punto del espectro ideológico. Para evitar esto, hemos redefinido las categorías ideológicas en una segunda columna, de tal manera que representen segmentos, convirtiendo la distribución ideológica discreta en una continua. Los segmentos interiores están contruidos de forma

que el punto anterior (por ejemplo, el punto cinco) quede en la mitad del nuevo segmento (4.5-5.5). Para que la escala se mantenga del cero al 10, el primer y el último segmento se reducen a espacios de medio punto (0-0.5 y 9.5-10), sin que esto afecte de ninguna manera al análisis.

De los datos originales, que implican 1200 respuestas, se han eliminado aquéllos de las categorías “ninguno”, “no sabe” y “no responde”, obteniendo la siguiente tabla.

**Tabla 5. Distribución ideológica en Venezuela en 2005**

Posición discreta	Segmento	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
0	0-0.5	112	0.1206	0.1206
1	0.5-1.5	33	0.0355	0.1561
2	1.5-2.5	38	0.0409	0.1970
3	2.5-3.5	75	0.0807	0.2777
4	3.5-4.5	68	0.0732	0.3509
5	4.5-5.5	210	0.2260	0.5770
6	5.5-6.5	76	0.0818	0.6588
7	6.5-7.5	51	0.0549	0.7137
8	7.5-8.5	46	0.0495	0.7632
9	8.5-9.5	21	0.0226	0.7858
10	9.5-10	199	0.2142	1.0000
<b>Total</b>		<b>929</b>		

Fuente. Elaboración propia con base en información de Latinobarómetro (2005).

La elección de 2005 para el análisis de la distribución ideológica de la población nos ofrece un alejamiento temporal con respecto a los comicios presidenciales de referencia, los de 2006. De esta manera, la autoubicación ideológica de los ciudadanos no responde a un acercamiento de éstos al posicionamiento del candidato favorecido potencialmente por cuestiones generales de valencia o personalistas.

La distribución ideológica tiene una media de 5.4 y una desviación típica de 3.26, calculadas en función de la distribución discreta original. La moda de la distribución está en el cinco, en la posición política central, con una frecuencia relativa de 22.6 %. Sin embargo, también son notorios los dos máximos locales en los extremos de la distribución: la izquierda, cero, con una frecuencia relativa de 12.06 %, y la derecha, 10, con una frecuencia relativa de 21.42 %. Como se observa, en la frecuencia relativa acumulada, el mediano de la distribución estaría situado en el centro de la distribución, el cinco.

Con base en la distribución ideológica de la tabla 5, se analiza el reparto de votos esperados para las ubicaciones ideológicas de las coaliciones:

**Tabla 6. Resultado electoral esperado para las elecciones de 2006, en función de la ubicación ideológica de las coaliciones**

Coalición	Ubicación ideológica	Segmento ideológico capturado	Resultado electoral esperado
“Polo Patriótico”	4.03	[0-5.71)	59.41 %
“Unidad Nacional”	7.39	(5.71-10]	40.59 %

Fuente. Elaboración propia.

Se identifica a la Coalición “Polo Patriótico” en el punto 4.03, en el sector de la izquierda de la distribución, y a la Coalición “Unidad Nacio-

nal” en el 7.39, en el sector de la derecha de la distribución. Con base en la función de utilidad mencionada, que implica simetría, el umbral de los dos partidos sería el punto 5.71, de manera que las plataformas capturadas serían [0-5.71] para “Polo Patriótico” y (5.71-10] para “Unidad Nacional”. Dado que la distribución es continua, podemos obviar lo que ocurre con los ciudadanos ubicados en un punto concreto.

En función de los segmentos calculados, “Polo Patriótico” capturaría todos los segmentos hasta el 4.5-5.5 de forma completa, puesto que los cubre en su totalidad en el segmento ideológico capturado. Esto le daría 59.41 % de los votos. Dado que el segmento alcanza hasta el punto 5.71, “Polo Patriótico” también capturaría 0.21 puntos del segmento 5.5-6.5, en función de lo cual tendría un añadido de 21 % de 8.18 % de los ciudadanos que se ubican en este segmento, para alcanzar un resultado electoral esperado de 59.41 %.

De manera similar, esperaríamos que “Unidad Nacional” capturara totalmente los segmentos ideológicos de la derecha hasta el 6.5-7.5 de manera completa, además de 79 % de los ciudadanos ubicados en el segmento 5.5-6.5, para obtener un resultado electoral esperado de 40.59 %.

A continuación, en función de los resultados de las elecciones presidenciales de 2006, nos limitamos a considerar a los dos contendientes principales: Hugo Rafael Chávez y Manuel Rosales, claramente identificables como los candidatos presidenciales de las formaciones anteriormente mencionadas. Los otros candidatos, Luis Reyes (4807 votos), Venezuela da Silva (3980 votos), Carmelo Romano (3735 votos), Alejandro Suárez (2956 votos), Eudes Vera (2806 votos), Carolina Contreras (2169 votos), Pedro Aranguren (2064 votos), José Tineo (1502 votos), Yudith Salazar (1355 votos), Ángel Yrigoyen (1316 votos), Homer Rodríguez (1123 votos) e Isabelia León (793 votos), quedan fuera del análisis para limitarlo a los dos partidos efectivos, por las razones antes mencionadas y por carecer, notoriamente, del protagonismo electoral de los otros candidatos. En función de este filtro, los votos y la participación relativa de los dos candidatos principales fueron los siguientes:

**Tabla 7. Resultado relativo de los principales candidatos en las elecciones presidenciales de 2006**

Candidato	Coalición	Votos	Porcentaje sobre el total de los dos candidatos principales
Hugo Chávez	“Polo Patriótico”	7 309 080	63 %
Manuel Rosales	“Unidad Nacional”	6 591 304	37 %

Fuente. Elaboración propia con base en información de Political Database of the Americas (s. f.).

Limitando el análisis a los dos candidatos principales, se alteran los porcentajes relativos obtenidos por cada uno, en comparación a los datos generales, de manera que Hugo Chávez habría obtenido 63 % de los votos, y Manuel Rosales, 37 %.

**Tabla 8. Comparación de los resultados esperados y los efectivos para las elecciones presidenciales de 2006**

Candidato	Coalición	Porcentaje previsto para el partido	Porcentaje obtenido por el candidato	Diferencia (puntos porcentuales)
Hugo Chávez	“Polo Patriótico”	59.41 %	63 %	+3.59
Manuel Rosales	“Unidad Nacional”	40.59 %	37 %	-3.59

Fuente. Elaboración propia.

A partir de la diferencia entre el resultado previsto para el partido y el obtenido por el candidato, otorgamos el cambio de 3.59 puntos porcentuales favorables a Hugo Chávez, al efecto de la valencia o variable personal.

Como veremos, este acercamiento en el resultado electoral final se explica por una mayor valencia del candidato Hugo Chávez, en comparación a la de Manuel Rosales, si bien pudiera haber otros efectos que se mencionarán en la última sección. La dirección del cambio en porcentaje de votos recibidos y la valencia son las mismas en los modelos con dos candidatos, pero pueden no serlo en aquellos casos en los que el número de contendientes es tres o mayor, debido al efecto de la distribución ideológica de la ciudadanía. Una gran mejora en el resultado puede ser por una valencia ligeramente superior en un espacio ideológico con una gran concentración de votantes.

Los resultados electorales de los comicios presidenciales de 2006 podrían ser replicados si se introducen valencias para los candidatos. En función de esto se calculan a continuación los segmentos electorales y las valencias que los harían posibles.

**Tabla 9. Cálculo de valencia para los candidatos principales en las elecciones presidenciales de 2006**

Candidato	Coalición	Resultado electoral relativo	Segmentos ideológicos que lo reflejarían	Valencia
Hugo Chávez	“Polo Patriótico”	63 %	[0-6.15)	0.8768
Manuel Rosales	“Unidad Nacional”	37 %	(6.15-10]	-

Fuente. Elaboración propia.

A fin de que el modelo de votación espacial, con la distribución ideológica empleada, reflejara fielmente los resultados de las elecciones presidenciales de 2006, el segmento electoral capturado por el entonces candidato Hugo Chávez habría de haber sido 0-6.15, mientras que Manuel Rosales hubiera obtenido el restante. Esto hubiera implicado un aumento del segmento ideológico esperado por el candidato izquierdista con respecto al esperado por la

ubicación ideológica de los partidos. Así, podríamos otorgar una diferencia en valencia, o variable personalista, en favor del en ese momento contendiente Hugo Chávez de 0.8768 puntos en la dimensión ideológica.

Este mismo análisis puede ser extendido a las elecciones presidenciales de 2012 y 2013, mismas que, por la razón antes mencionada, serán analizadas con la distribución ideológica de 2011 de la ciudadanía, que se presenta a continuación.

**Tabla 10. Distribución ideológica en Venezuela en 2011**

Posición discreta	Segmento	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
0	0-0.5	114	0.1161	0.1161
1	0.5-1.5	79	0.0804	0.1965
2	1.5-2.5	83	0.0845	0.2811
3	2.5-3.5	64	0.0652	0.3462
4	3.5-4.5	66	0.0672	0.4134
5	4.5-5.5	237	0.2413	0.6548
6	5.5-6.5	76	0.0774	0.7322
7	6.5-7.5	49	0.0499	0.7821
8	7.5-8.5	59	0.0601	0.8422
9	8.5-9.5	46	0.0468	0.8890
10	9.5-10	109	0.1110	1.0000
<b>Total</b>		<b>982</b>	<b>1</b>	

Fuente. Elaboración propia con base en información de Latinobarómetro (2011).

En este caso, la distribución ideológica de la ciudadanía tiene una media de 4.74 y una desviación típica de 3.09, calculadas en función de la distribución discreta original. La moda de la distribución está en el cinco, en la posición política central, con una frecuencia relativa de 24.13 %. Se siguen presentando también concentraciones en los extremos de la distribución: la izquierda, 0, con una frecuencia relativa de 11.61 %, y la derecha, 10, con una frecuencia relativa de 11.10 %. Igualmente, el mediano de la distribución estaría ubicado en el centro.

De igual manera, en función de la distribución ideológica de 2011, se analiza el reparto de votos esperado para las ubicaciones ideológicas de los partidos.

**Tabla 11. Resultado electoral esperado para las elecciones de 2012, en función de la ubicación ideológica de las coaliciones**

Coalición	Ubicación ideológica	Segmento ideológico capturado	Resultado electoral esperado
“Gran Polo Patriótico”	3.55	[0-5.97)	69.12 %
“Mesa de Unidad Democrática”	8.39	(5.97-10]	30.88 %

Fuente. Elaboración propia.

Se ubica al “Gran Polo Patriótico” en el punto 3.55, en el sector izquierda de la distribución, y a la “Mesa Unidad Democrática” en el punto 8.39, en el sector de la derecha de la distribución. Con base en la simetría de los candidatos, las plataformas ideológicas capturadas serían: [0-5.97) para GPP y (5.97-10] para MUD. Así, el primero capturaría todos los segmentos hasta el 4.5-5.5 de forma completa y 0.47 puntos del segmento 5.5-6.5, lo que le otorgaría un resultado electoral esperado de 69.12 %.

Por otro lado, MUD obtendría el restante, un resultado electoral esperado de 30.88 %.

De igual manera, limitamos el análisis a los dos candidatos principales: Hugo Chávez y Henrique Capriles Radonski. El resto, Reina Sequera (70 567 votos), Luis Reyes (8124 votos), María Bolívar (7378 votos) y Orlando Chirino (4144 votos), no es considerado.

**Tabla 12. Resultado relativo de los principales candidatos en las elecciones presidenciales de 2012**

Candidato	Coalición	Votos	Porcentaje sobre el total de los dos candidatos principales
Hugo Chávez	“Gran Polo Patriótico”	8 191 132	55.41 %
Henrique Capriles Radonski	“Mesa de Unidad Democrática”	6 591 304	44.59 %

Fuente. Elaboración propia con base en información del Consejo Nacional Electoral de la República Bolivariana de Venezuela (s. f.).

Con respecto a los votos recibidos solamente por estos dos candidatos, el resultado relativo sería: Hugo Chávez, 55.41 % de los votos, y Henrique Capriles Radonski, 44.59 %.

**Tabla 13. Comparación de los resultados esperados y los efectivos para las elecciones presidenciales de 2012**

Candidato	Coalición	Porcentaje previsto para el partido	Porcentaje obtenido por el candidato	Diferencia (puntos porcentuales)
Hugo Chávez	“Gran Polo Patriótico”	69.12 %	55.41 %	-13.71
Henrique Capriles Radonski	“Mesa de Unidad Democrática”	30.88 %	44.59 %	+13.71

Fuente. Elaboración propia.

A partir de la diferencia entre el resultado previsto para el partido y el obtenido por el candidato, otorgamos el cambio de 13.71 puntos porcentuales, favorables para Henrique Capriles Radonski y desfavorables para Hugo Chávez, al efecto de la valencia.

Este acercamiento en el resultado electoral final sería explicado por una mayor valencia del candidato Henrique Capriles Radonski, en comparación a la de Hugo Chávez Frías, si bien pudiera haber otros efectos que se mencionarán en la última sección. La dirección del cambio en porcentaje de votos recibidos y la valencia son las mismas en los modelos con dos candidatos, como ya se mencionó, pero pueden no serlo en aquellos casos en los que el número de candidatos es tres o mayor, debido al efecto de la distribución ideológica de la ciudadanía. Recordemos también que una gran mejora en el resultado puede ser por una valencia ligeramente superior en un espacio ideológico con una gran concentración de votantes.

A continuación se ofrece el cálculo de valencia que replicaría el resultado electoral relativo de los dos principales candidatos.

**Tabla 14. Cálculo de valencia para los candidatos principales en las elecciones presidenciales de 2012**

Candidato	Coalición	Resultado electoral relativo	Segmentos ideológicos que lo reflejarían	Valencia
Hugo Chávez	“Gran Polo Patriótico”	55.41 %	[0-5.08)	-
Henrique Capriles Radonski	“Mesa de Unidad Democrática”	44.59 %	(5.08-10]	+0.8871

Fuente. Elaboración propia.

A fin de que el modelo de votación espacial, con la distribución ideológica empleada, refleje fielmente los resultados de las elecciones presidenciales de 2012, el segmento electoral capturado por el entonces candidato Hugo Chávez habría de haber sido 0-5.08, mientras que Henrique Capriles Radonski hubiera obtenido el restante. Esto hubiera implicado una reducción del segmento ideológico esperado para cada candidato con respecto a los puntos ideológicos de sus partidos respectivos. Así, podríamos otorgar una diferencia en valencia, o variable personalista, en favor del candidato Henrique Capriles Radonski de 0.8871 puntos en la dimensión ideológica.

Al respecto de la interpretación del resultado electoral de los comicios presidenciales de 2012, en función del modelo, podría decirse que la victoria de Hugo Chávez Frías se debió, fundamentalmente, a la ubicación ideológica de los partidos respectivos. La posición del 3.55 del GPP estaba más centrada que la del MUD, en el 8.39. Con la consideración de dos partidos fuertes, esto es fundamental, pues el mediano de la población se sitúa en el centro. La mejora de los resultados del candidato Henrique Capriles Radonski con respecto a los esperados por la ubicación ideológica del partido, lo que podría deberse a una mayor valencia, como se ha mencionado, no habría sido suficiente para ganar las elecciones presidenciales.

Es preciso mencionar que, debido al empeoramiento del índice de democratización para 2012 en comparación al vigente en las elecciones presidenciales anteriores, el resultado en este caso puede estar más afectado por una mayor manipulación electoral gubernamental. Esto reforzaría la valencia del candidato Henrique Capriles Radonski, en el supuesto de que debería haber obtenido mejores resultados electorales bajo un régimen más democrático.

Veamos ahora la clasificación de los candidatos a las elecciones presidenciales venezolanas de 2013 en materia de valencia. Debido a la cercanía temporal entre las dos elecciones, a raíz de la muerte del presidente Hugo Chávez el 5 de marzo de 2013, consideraremos la misma distribución ideológica de la población presentada anteriormente. En función del mismo argumento: la necesidad del alejamiento temporal para evitar la mezcla entre el posicionamiento de la población y la cercanía a un candidato, teniendo en cuenta la existencia de las elecciones presidenciales en 2012, la distribución de 2011 es una buena referencia para el análisis de los resultados de los comicios de 2013.

Ante los resultados de las elecciones presidenciales de 2013, el protagonismo de los dos candidatos con mayor número de votos certifica la consideración del número efectivo de partidos mencionado para Venezuela. Por esto, limitaremos el análisis, de igual manera, para los dos candidatos presidenciales con mayor número de votos: Nicolás Maduro Moros (7 587 579 sufragios) y Henrique Capriles Radonski (7 363 980 sufragios). Así, quedarán fuera del análisis los siguientes candidatos: Eusebio Méndez (19 498 votos), María Bolívar (13 309), Reina Sequera (4241 votos) y Julio Mora (1936 votos). Otra vez, se mantiene una diferencia fundamental entre los votos recibidos por cada uno de los candidatos de los dos grupos.

**Tabla 15. Resultado relativo de los principales candidatos en las elecciones presidenciales de 2013**

Candidato	Coalición	Votos	Porcentaje sobre el total de los dos candidatos principales
Nicolás Maduro Moros	“Gran Polo Patriótico”	7 587 579	50.75 %
Henrique Capriles Radonski	“Mesa de Unidad Democrática”	7 363 980	49.25 %

Fuente. Elaboración propia con base en información del Consejo Nacional Electoral de la República Bolivariana de Venezuela (s. f.).

La notoria cercanía en el número absoluto de votos recibidos por cada uno de los dos candidatos principales se deriva en un acercamiento en el porcentaje relativo, con una diferencia de apenas 1.5 puntos porcentuales. Ésta es menor que la discrepancia esperada por la ubicación ideológica de los partidos, así como en comparación a la diferencia de las elecciones presidenciales de 2012.

**Tabla 16. Comparación de los resultados esperados y los efectivos para las elecciones presidenciales de 2013**

Candidato	Coalición	Porcentaje previsto para la coalición	Porcentaje obtenido por el candidato	Diferencia (puntos porcentuales)
Nicolás Maduro Moros	“Gran Polo Patriótico”	69.12 %	50.75 %	-18.37
Henrique Capriles Radonski	“Mesa de Unidad Democrática”	30.88 %	49.25 %	+18.37

Fuente. Elaboración propia.

La mayor cercanía entre los dos candidatos en las elecciones presidenciales de 2013 se ve reflejada en una diferencia más notoria en comparación con los porcentajes previstos para la coalición, los cuales eran muy favorables para el “Gran Polo Patriótico”. Por esto, la diferencia aumentó hasta los 17.28 puntos porcentuales.

**Tabla 17. Cálculo de valencia para los candidatos principales en las elecciones presidenciales de 2013**

Candidato	Coalición	Resultado electoral relativo	Segmentos ideológicos que lo reflejarían	Valencia
Nicolás Maduro Moros	“Gran Polo Patriótico”	50.75 %	[0-4.89)	-
Henrique Capriles Radonski	“Mesa de Unidad Democrática”	49.25 %	(4.89-10]	+1.0804

Fuente. Elaboración propia.

De manera similar, la mejora del resultado electoral del candidato Henrique Capriles Radonski, en comparación con el resultado esperado por la ubicación ideológica, se ha de trasladar en una captura de un mayor segmento político —4.89-10—, en comparación con el esperado para la coalición —5.97-10—. Para generar dicho resultado, el candidato Henrique Capriles Radonski hubo de tener una valencia superior en 1.0804 puntos, medida en la escala ideológica, en comparación a la de Nicolás Maduro Moros. Como se puede observar, se dio un incremento de valencia relativa en favor de Henrique Capriles Radonski en comparación con la registrada para las elecciones presidenciales de 2012. Sin embargo, el incremento fue de apenas dos décimas y se trasladó en una diferencia de casi cinco puntos porcentuales. Esto se debió a la gran concentración de ciudadanos en torno al centro de la distribución ideológica.

A pesar de que la plataforma finalmente capturada por el candidato Henrique Capriles Radonski fue más grande, aunque sea por apenas una décima, la mayor concentración de votantes en el ala izquierda de la distribución ideológica de Venezuela hubiera dado la victoria al “Gran Polo Patriótico”.

Podemos, asimismo, ofrecer una última conclusión con respeto a la valencia relativa entre los dos candidatos del “Gran Polo Patriótico”, Hugo

Rafael Chávez Frías y Nicolás Maduro Moros, así como entre los dos contendientes de la derecha. Por esto, se puede afirmar que existe una valencia relativa favorable a Hugo Rafael Chávez en comparación con Nicolás Maduro Moros, así como a favor de Henrique Capriles Radonski en comparación con Manuel Rosales, a pesar de que no se enfrentaran como candidatos. La mejor valencia relativa favorable, la de Hugo Rafael Chávez, puede esconder una mayor manipulación gubernamental de las elecciones, como se refleja en el índice de democratización para 2012 en comparación con el de 2013. Por su parte, la mejor valencia de Henrique Capriles Radonski en comparación con Manuel Rosales se vio magnificada por el hecho de que el primero enfrentara un entorno de democratización más adverso.

Finalmente, si en 2016 se realizaran elecciones en Venezuela, partiendo de la presunción de que la competencia electoral sería entre dos candidatos y que las diversas fuerzas partidistas apoyarían a uno o a otro, uniéndose en dos bloques opuestos; dichos candidatos, a modo hipotético, serían Nicolás Maduro, por el “Gran Polo Patriótico”, y Henrique Capriles, por la “Mesa de Unidad Democrática”. Para ilustrar y calcular este escenario, mostramos la distribución ideológica de los venezolanos.

**Tabla 18. Distribución ideológica en Venezuela para 2016**

Posición discreta	Segmento	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Frecuencia relativa acumulada
1	0.5-1.5	153	11.2	11.2
2	1.5-2.5	52	3.8	15
3	2.5-3.5	76	5.6	20.6
4	3.5-4.5	61	4.5	25.1
5	4.5-5.5	286	21	46
6	5.5-6.5	155	11.4	57.4
7	6.5-7.5	97	7.1	64.5
8	7.5-8.5	123	9	73.5
9	8.5-9.5	119	8.7	82.2
10	9.5-10	243	17.8	100
<b>Total</b>		<b>1365</b>	<b>100</b>	

Fuente. Elaboración propia con base en información de Lapop (s. f.).

Para este caso, la distribución ideológica de la ciudadanía tiene una media de 6.05 y una desviación típica de 2.89, calculadas en función de la distribución discreta original. La moda de la distribución está en el cinco, en la posición política central, con una frecuencia relativa de 21 %. Se siguen presentando también concentraciones en los extremos de la distribución: la izquierda, uno, con una frecuencia relativa de 11.02 %, y la derecha, 10, con una frecuencia relativa de 17.08 %. Igualmente, el mediano de la distribución estaría ubicado en el centro.

De la misma manera, en función de la distribución ideológica de 2016, se analiza el reparto de votos esperado para las ubicaciones ideológicas de las coaliciones. En este caso, en ausencia del resultado electoral, el planteamiento es el contrario, la predicción del mismo mediante el uso de las distribuciones ideológicas de ciudadanos y partidos. Se ofrecen los cálculos para dos posibles escenarios: uno en ausencia de la variable personalista y otro con la inclusión de una valencia idéntica a la de las últimas elecciones.

En este caso, el punto de inflexión entre las dos plataformas se situaría en el 6.075, lo que dejaría una mayoría de 52.54 % para el “Gran Polo Patriótico”. Nótese que la derrota otorgada a la “Mesa de Unidad Democrática” se debería a su ubicación ideológica menos centrada.

**Tabla 19. Resultado electoral esperado para unas supuestas elecciones en 2016, en función de la ubicación ideológica de las coaliciones**

Coalición	Ubicación ideológica	Segmento ideológico capturado	Resultado electoral esperado
“Gran Polo Patriótico”	3.27	[0-6.075)	52.54 %
“Mesa de Unidad Democrática”	8.88	(6.075-10]	47.46 %

Fuente. Elaboración propia.

En caso de considerar que se presentaran los mismos candidatos, Nicolás Maduro y Henrique Capriles, y mantuvieran la ventaja de valencia de 1.084 a favor del segundo, el punto de separación entre las dos plataformas de votantes variaría en esa misma distancia y resultaría en el 4.991, de tal manera que los resultados esperados serían los expresados en la tabla 20.

**Tabla 20. Resultado electoral esperado para unas supuestas elecciones en 2016 con una repetición de la valencia de los candidatos de 2013**

Coalición	Ubicación ideológica	Valencia	Segmento ideológico capturado	Resultado electoral esperado
“Gran Polo Patriótico”	3.27	-	[0-4.991)	35.34 %
“Mesa de Unidad Democrática”	8.88	+1.084	(4.991-10]	64.66 %

Fuente. Elaboración propia.

La repetición de la ventaja de valencia para el candidato de la “Mesa de Unidad Democrática” resultaría en una victoria cómoda para dicha coalición. En otras palabras, el cambio en la distribución ideológica en la población venezolana obliga a que el candidato del “Gran Polo Patriótico” recorte notablemente las diferencias que pudieran existir en términos ajenos a la propia plataforma ideológica.

## Conclusiones

Hemos observado cómo la competencia electoral venezolana, analizada desde el punto de vista de las elecciones presidenciales, ha evolucionado desde un sistema multipartidista moderado a una competencia de dos grandes coaliciones que se asemeja a un sistema bipartidista.

Esta competencia, con tendencias hacia el centro político inicialmente, se ha ido polarizando durante los últimos años, con una divergencia moderada en 2006, más significativa durante las dos últimas elecciones y mucho más radicalizada en el presente año. Este panorama presenta elementos

interesantes para su análisis dentro de la competencia espacial. La diferenciación de los efectos ideológico y personalista, o de valencia, permite adaptar este último para reflejar los resultados electorales en función de la distribución ideológica ciudadana.

Calculamos las valencias de los principales contendientes en las tres últimas elecciones presidenciales y obtenemos, en 2006, ventaja de Hugo Chávez sobre Manuel Rosales; en 2012, de Henrique Capriles Radonski sobre Hugo Chávez, y, en 2013, también de Capriles sobre Nicolás Maduro Moros. La permanencia de algunos de los candidatos en diferentes elecciones nos permite también afirmar la existencia de variables personalistas en favor de Henrique Capriles Radonski sobre Manuel Rosales, y de Hugo Chávez sobre Nicolás Maduro Moros. Estas variables ayudarían a explicar fenómenos como la aplastante victoria electoral de Hugo Chávez sobre Manuel Rosales en 2006 y la reducción de la distancia en votos relativos ocurrida en las dos últimas elecciones presidenciales, a pesar del alejamiento del centro de las plataformas de las coaliciones. Estos resultados han de ser condicionados por el desarrollo del índice de democratización para el periodo analizado.

Para futuras elecciones, sería interesante analizar la tendencia de comportamiento de las plataformas de los partidos políticos que, si bien pueden traerles beneficios debido a la polarización, como el mayor compromiso político de sus afiliados, podrían afectarlos negativamente en los resultados de las elecciones presidenciales, en función de los supuestos de este modelo. Nuestra previsión es que, si bien la distribución ideológica sigue siendo favorable a la izquierda, lo es menos que en el pasado.

Al realizar una predicción electoral para 2016, se pueden observar las posibles consecuencias de la polarización de cada coalición. Para este año la ubicación ideológica del “Gran Polo Patriótico” se ubica en 3.27 y la ubicación ideológica de la “Mesa de Unidad Democrática” es de 8.88; tomando en cuenta que la media de votantes se ubica en 6.05 para este año y se mueve un 1.31 hacia la derecha, se puede concluir que la izquierda venezolana no es sensible al movimiento del electorado, pues, en vez de moverse hacia la derecha, el “Gran Polo Patriótico” se radicaliza más hacia su posición de izquierda en el espectro ideológico.

Sumado esto a una ventaja en la percepción de la valencia personal del candidato de la “Mesa de Unidad Democrática”, en unas hipotéticas elecciones en 2016 o en un año posterior el ganador recaería en manos de la opción de la derecha; claro está, en un escenario en donde se mantengan estas tendencias.

A partir de estos estudios, se podrían incluir más variables explicativas para tratar de afinar el análisis de los resultados electorales, esto, mediante la aplicación de un modelo bidimensional que ajuste la preferencia de los votantes.



## Fuentes de consulta

- Alcántara, Manuel (2006). *Partidos políticos latinoamericanos: ¿instituciones o máquinas ideológicas?* Barcelona: Editorial Gernika.
- Ansolabehere, Stephen y Snyder, J. M. (2000). “Valence politics”. *Public Choice*, 103, 226-327.
- Aragónés, Enriqueta y Palfrey, Thomas (2002). “Mixed equilibrium in a Downsian model with a favored candidate”. *Journal of Economic Theory*, 103, 131-161.
- Black, Duncan (1958). *The theory of committees and elections*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Center for Systematic Peace (s. f.). *Polity IV project. Political regime characteristics and transitions*. Recuperado el 1 de septiembre de 2016, de <http://www.systemicpeace.org/inscrdata.html>
- Consejo Nacional Electoral de la República Bolivariana de Venezuela (s. f.). Recuperado de <http://www.cne.gov.ve/web/index.php>
- Downs, Anthony (1957). *An economic theory of democracy*. Nueva York: Harper & Row.
- Downs, Anthony (1992). “Teoría económica de la acción política en una democracia”. En Gabriel Almond *et al.*, *Diez textos básicos de ciencia política* (pp. 93-111). España: Ariel.
- Freedom House (s. f.). Recuperado el 31 de agosto de 2016, de <https://freedomhouse.org/country/venezuela>
- Hazan, Reuven (1997). *Centre parties: Polarization and competition in European parliamentary democracies*. Londres: Editorial Pinter.
- Hotelling, Harold (1929). “Stability in competition”, *Economic Journal*, 39, 41-57.
- Lapop (s. f.). Recuperado el 24 de junio de 2016, disponible en [www.vanderbilt.edu/lapop](http://www.vanderbilt.edu/lapop)
- Latinobarómetro (2005). “Base de datos”. Recuperado el 26 de agosto de 2016, disponible en [www.latinobarometro.org/lat.jsp](http://www.latinobarometro.org/lat.jsp)
- Latinobarómetro (2011). “Base de datos”. Recuperado el 26 de agosto de 2016, disponible en [www.latinobarometro.org/lat.jsp](http://www.latinobarometro.org/lat.jsp)

- León Ganatios, Luis (2011). *Crisis y cambio de la partidocracia tradicional en Venezuela, una aplicación de la teoría direccional del voto*. Reino Unido: Editorial Académica Española.
- León Ganatios, Luis (2013). “La teoría espacial del voto: una propuesta de aplicación en Latinoamérica”. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 2, 57-79.
- Marta Sosa, Joaquín (2002). “Dos constituciones cara a cara: mucha revolución y pocos cambios”. En M. Ramos (Ed.), *Venezuela: rupturas y continuidades del sistema político*. Salamanca: Ediciones Universidad.
- Molina, José y Pérez Baralt, Carmen (1996). “Los procesos electorales y la evolución del sistema de partidos en Venezuela”. En Ángel Álvarez (Coord.), *El sistema político venezolano: crisis y transformaciones*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Oñate, Pablo y Ocaña, Francisco (1999). *Análisis de datos electorales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Political Database of the Americas (s. f.). Recuperado el 26 de junio de 2016, de <http://pdba.georgetown.edu/Elecdata/Venezuela/ven.html>
- Sartori, Giovanni (2009). *Partidos y sistemas de partido*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sonntag, Heinz (1997). “Venezuela. El difícil curso de la transición”. *Nueva Sociedad*, 151, 17-26.
- Stokes, Donald (1963). “Spatial models of party competition”. *American Political Science Review*, 57 (2), 368-377.
- Wittman, Donald (2007). “Candidate quality, pressure group endorsements and the nature of political advertising”. *European Journal of Political Economy*, 23, 360-378.
- Zechmeister, Elizabeth (2010). “Left-right semantics as a facilitator of programmatic structuration”. En Hebert Kitschelt, Kirk Hawkins *et al.*, *Latin American party systems*. Nueva York: Cambridge University Press.

# De la campaña electoral al despacho presidencial. Las causas y las consecuencias del giro programático realizado por Jaime Paz Zamora en Bolivia

*From the Electoral Campaign to the President's Office. Causes and  
Consequences of Jaime Paz Zamora's policy shift in Bolivia*

Claire Wright\*

## Resumen

El objetivo de este artículo es revisar un aspecto clave de las teorías de la democracia representativa: los giros programáticos, en términos tanto de sus causas como de sus efectos. Para este fin, se realiza un estudio de caso del presidente Jaime Paz Zamora, en Bolivia, revisando las hipótesis de algunos autores, sobre todo de Stokes (2001) y Maravall (2003). Las principales contribuciones del estudio a la literatura son las siguientes: las coaliciones gubernamentales basadas más en

**Artículo** recibido el 20 de julio de 2016 y aceptado para su publicación el 9 de septiembre de 2016. La **dictaminación** de este trabajo fue realizada por evaluadores externos al Instituto Electoral del Estado de México.

■ pp. 149-185

---

\* Doctora en Procesos Políticos Contemporáneos por la Universidad de Salamanca, España (USAL). Funge como profesora titular en el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de Monterrey (UDEM) y es miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, nivel II. En 2015 colaboró con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) como investigadora principal en un estudio sobre pueblos indígenas e industrias extractivas en América Latina. Es autora de varios artículos y libros. Correo electrónico: claire.grace@udem.edu

cuestiones estratégicas que programáticas constituyen terreno fértil para giros programáticos, y es posible que los efectos secundarios de los giros programáticos se perciban más a largo que a corto plazo.

**Palabras clave:** giro programático, democracia representativa, campaña electoral, presidentes, Bolivia.

## Abstract

This article reviews a key aspect of the theories of representative democracy: policy switches, in terms both of their causes and their effects. The author carries out a case study of President Jaime Paz Zamora in Bolivia, reviewing the hypotheses of several authors, including Stokes (2001) and Maravall (2003). The study's main contributions to the literature are that government coalitions based more on strategic issues than on programmatic ones are fertile ground for policy switches, and it is possible that their secondary effects will be perceived more in the long run than in the short term.

**Key words:** programmatic turn, representative democracy, electoral campaign, presidents, Bolivia.

## Introducción

“Una plataforma partidista para llegar al gobierno es como un plan de batalla que ha de mantenerse fuera de vista de la oposición; si no, todo se pierde”.

*Hugo Bánzer*<sup>1</sup>

Jaime Paz Zamora, fundador del Movimiento de Izquierda Revolucionaria (MIR) y activista socialista exiliado por los regímenes militares durante

---

<sup>1</sup> Enunciado durante la campaña de 1989 en Bolivia; citado por Stokes (2001, p. 94; traducción nuestra).

gran parte de la década de los setenta, llegó a la presidencia de Bolivia en 1989. En su campaña electoral había prometido, aunque de manera poco precisa, más énfasis sobre las políticas sociales y una estrategia económica fundada en el mercado interno. Sin embargo, para la sorpresa de muchos analistas, ciudadanos y activistas de su partido, una vez en el poder, Paz Zamora aplicó unas drásticas medidas de ajuste neoliberales, que iban en contra de la ideología socialista que había defendido y por la cual había sufrido durante toda su vida política (véanse Barcelona Center for International Affairs, s. f.; Campero, 1992).

El objetivo de este trabajo es analizar el caso del giro realizado por Paz Zamora en el marco de las teorías de la democracia representativa, teniendo en cuenta tanto el rol de los políticos como el de los ciudadanos en la relación agente-particular. Con esta meta en mente, se han formulado dos preguntas de investigación: ¿qué variables pueden explicar por qué Paz Zamora efectuó este giro al no cumplir con su plataforma electoral? y ¿cómo reaccionaron tanto Paz Zamora como los ciudadanos en cuanto a este giro y sus resultados?

De esta forma, se espera ofrecer un análisis en profundidad de un momento medular en la vida política de Bolivia y además contribuir al debate sobre una dimensión clave del concepto de la representación democrática, a saber, *accountability*.

## Teorías de la democracia representativa

En la literatura sobre la democracia representativa, se refiere con frecuencia a una suerte de *trade off* entre la gobernabilidad y la representación (veáanse Hagopian, 2005, p. 318; Lijphart, 2000, p. 214). El primer concepto tiene que ver con los resultados del gobierno, y el segundo, con los procesos de participación y representación, que son la pieza fundamental de la democracia y la diferencian de un régimen autoritario. En la clásica distinción de O'Donnell (en Stokes, 2001, p. 7) sobre la democracia *delegativa* y la democracia *representativa*, se identifica una fuerte tendencia por parte de los representantes elegidos, una vez en el poder, de gober-

nar sin respetar las preferencias de los votantes, sobre todo en la región latinoamericana. Es en este marco que se estudia el caso de Jaime Paz Zamora en Bolivia.

El propósito de las campañas realizadas antes de las elecciones es que los partidos comuniquen a los ciudadanos un manifiesto de políticas públicas para que luego los votantes puedan demostrar sus preferencias a través del voto. También es importante tener en cuenta que, además de estar alertos a la opinión pública, los partidos políticos tienen el objetivo de influir en ésta, para poder guiar a los votantes hacia preferencias más cercanas a las suyas (Stokes, 2001, p. 173; Maravall, 2003, p. 5). Evidentemente, esta lógica sólo funciona bajo el modelo del partido responsable en el gobierno característico de sistemas con vínculos predominantemente ideológico-programáticos entre partidos y votantes. Por otro lado, en sistemas de partidos con vínculos programáticos débiles, como muchos en América Latina (incluyendo Bolivia), no son las propuestas de políticas públicas sino los vínculos de carácter clientelar los que pueden resultar más relevantes para estructurar la competencia política (Kitschelt y Wilkinson, 2007).

No obstante, siguiendo la lógica del modelo del partido responsable en el gobierno, cuando un gobierno elegido no sigue las preferencias de los votantes —que sus mismos candidatos han ayudado a formar y representar durante la campaña—, no cabe duda de que se debilita el vínculo entre el agente y el particular. Con todo, varios analistas observan que tales cambios son bastante frecuentes y forman parte del juego político ordinario. Como explica el destacado analista y político español Maravall (2003): “[los] incumplimientos de promesas y giros radicales son parte del funcionamiento normal de la política” (p. 25).

Maravall (2003) afirma que esta situación es prácticamente inevitable, ya que existe una falta de información por parte de los ciudadanos y además suelen producirse cambios en las preferencias de éstos durante el mandato. Por estos motivos, es de esperar que los políticos una vez en el gobierno no cumplan con sus promesas electorales. Una opción para superar el segundo fenómeno, es decir, los cambios en las preferencias de los ciudadanos, sería el uso continuo de referendos, pero recurrir a la participación directa para

cada decisión es muy costoso, poco práctico e incluso manipulable como mecanismo de toma de decisiones.

La investigación que realiza Stokes (2001) sobre los cambios en las políticas propuestas durante una campaña y luego las políticas puestas en marcha por un gobierno en funciones es sumamente interesante, ya que se trata de giros drásticos realizados en el contexto del neoliberalismo en América Latina. La autora mencionada encontró que 12 de los 29 presidentes estudiados realizaron un cambio desde promesas orientadas a la *seguridad* (políticas sociales, mercado interno, crecimiento económico) hacia políticas orientadas a la *eficiencia* (medidas de ajuste de corte neoliberal). Entonces, parece evidente que el giro de Paz Zamora en 1989 no constituye un caso aislado, sobre todo en el contexto latinoamericano.

Stokes (2001) analiza con gran profundidad las posibles causas de los giros realizados por los presidentes en América Latina y encuentra que el hecho de que un político abandone las promesas de su campaña electoral se vincula con los siguientes factores:

- I. Creencias diferentes entre los políticos y los votantes.
- II. Elecciones muy competitivas.
- III. Votantes no seguros del impacto de las políticas sobre su bienestar.
- IV. Efectos poco predecibles de las políticas públicas.
- V. El partido político en cuestión es joven.
- VI. Un gobierno de minoría o de coalición.

Tras realizar un esbozo del sistema democrático y el contexto de las elecciones de 1989 en Bolivia, en este trabajo se estudia el razonamiento de las seis hipótesis de Stokes (2001, pp. 187-188) y se aplican al giro realizado por Paz Zamora para establecer cuáles tienen más poder explicativo en este caso. Como las explicaciones de Maravall (2003) son más generales y las de Stokes (2001) tienen un fundamento empírico en América Latina, parece conveniente enfocarse en las hipótesis de la segunda autora. Así, se espera contestar a la primera pregunta de investigación: ¿qué variables pueden explicar por qué Paz Zamora efectuó este giro y no cumplió con su plataforma electoral?

Hasta ahora se ha considerado el vínculo entre la campaña política de unas elecciones dadas y las decisiones del gobierno que resulta elegido para gobernar en el siguiente periodo. Sin embargo, el sistema democrático se funda en el hecho de que, después de unas elecciones y una gestión, vendrán más elecciones y la posibilidad de premiar al gobierno o dar la oportunidad de gobernar a otros actores. Ésta es la pieza fundamental de la *accountability* democrática, junto con controles institucionales para garantizar los derechos y fiscalizar las acciones del gobierno (O'Donnell, 2000, p. 7). Como no existen mecanismos legales para castigar a un gobierno por no cumplir con sus propuestas/promesas, el único castigo es el voto mismo y así las elecciones son fundamentales. Esta posibilidad se incluye en el concepto de poliarquía propuesto por Dahl (en Lijphart, 2000, p. 53), según el cual hace falta contar con una institución para hacer que las políticas públicas dependan de los votos y las expresiones de preferencias ciudadanas. La única institución válida son las urnas.

Si un gobierno demuestra que no ha representado las preferencias de los votantes y además ha realizado una gestión con resultados desastrosos, ¿cómo puede mantener su credibilidad? Una vez más, Maravall (2003) enfatiza la importancia de las asimetrías de información que existen entre los ciudadanos y los políticos. Para él, el control de los políticos depende de la información, de la posibilidad de atribuir responsabilidades y la ocasión de premiar o castigar. Las elecciones sólo satisfacen el último de estos criterios y, por eso, de acuerdo con la teoría de Maravall (2003), en caso de que los representantes hayan realizado un giro o no hayan producido buenos resultados, desarrollarán toda una serie de estrategias para manipular la información y negar la responsabilidad para evitar castigos en las siguientes elecciones. Aquí, en vez de buscar la aceptación por políticas públicas poco populares *ex ante*, buscan una aprobación *ex post*, lo cual está de acuerdo con los hallazgos de Stokes (2001, p. 5) en el sentido de que muy pocas veces un candidato fundará una campaña electoral en políticas públicas poco populares. Según Maravall (2003, capítulos 1, 2 y 3), las estrategias típicas de un gobierno para justificarse son las siguientes:

- I. Buscar un chivo expiatorio (muchas veces dentro del partido).
- II. Ocultar las políticas poco populares al quitarlas de la agenda y reforzar la dimensión ganadora.
- III. Ofrecer excusas y persuadir a los votantes de que las políticas eran necesarias, incluso llegar a pedir más tiempo.
- IV. Esperar hasta que se cumpla un mandato por la oposición para ganar tiempo.

Entonces, para contestar a la segunda pregunta de investigación: ¿cómo reaccionaron tanto Paz Zamora como los ciudadanos en cuanto a este giro y sus resultados?, en primer lugar se analizará la resultancia de la gestión del gobierno y luego se considerarán las estrategias usadas para mantenerse en el poder, estudiando y aplicando las cuatro estrategias sugeridas por Maravall (2003) para establecer si también tuvieron un impacto sobre los votantes. Por último, se contemplan las reacciones de los ciudadanos (medidas a través de su sufragio) para establecer si el voto económico ha sido definitivo en este estudio de caso.

## Las elecciones de 1989 en Bolivia

A pesar de una tumultuosa transición a la democracia entre 1978 y 1982, la cual fue dificultada por una falta de acuerdos entre los partidos políticos y luego interrumpida por toda una serie de golpes de Estado (véase Rouquié, 1997, p. 324), la experiencia democrática de Bolivia a partir de 1982 se consideró durante mucho tiempo como ejemplar, sobre todo en comparación con los demás países andinos (Domingo, 2006, p. 9; Hagopian, 2005, p. 149; Alcántara 2003, p. 294; Whitehead, 2001). Sus grandes éxitos se consideran la gobernabilidad y la estabilidad, además de una profundización de la participación a raíz de una reforma del Estado realizada durante la década de los noventa (Alcántara, 2003, p. 294).

Para explicar el relativo éxito del modelo boliviano, se han referido tres factores: prácticas positivas por parte de las élites políticas (caracterizadas por un deseo de superar viejas divisiones y llegar a un consenso); el multipartismo

moderado (que da lugar a un sistema inclusivo y en principio representativo), y el sistema de presidencialismo parlamentarizado.<sup>2</sup> A partir de la gestión de Paz Estenssoro, en 1985, y hasta 2003, el sistema fue caracterizado por toda una serie de pactos y coaliciones entre diferentes partidos, bajo el nombre “El Pacto por la Democracia”. Se considera que estos pactos entre partidos son un resultado tanto del presidencialismo parlamentarizado (que en principio fomenta la formación de acuerdos, véase nota a pie anterior) como de los cálculos estratégicos de los actores políticos (véase Pachano, 2006).

A pesar del éxito inicial del modelo de gobernabilidad democrática en Bolivia, ha habido un claro cuestionamiento (sobre todo entre 1999 y 2005) y luego ruptura a partir de 2005 con la llegada al poder del Movimiento al Socialismo (MAS). A pesar de los análisis entusiastas sobre la estabilidad experimentada en el país, varios autores reconocen que, visto después, el modelo vigente entre 1985 y 2005 se caracterizó por el *cuoteo* político, la exclusión de varios actores sociales (incluyendo los sindicatos), una falta de *accountability* y una oposición debilitada por los pactos y coaliciones gubernamentales (Hagopian, 2005, p. 331; Mayorga, 2005; Rodas, 2006).

El giro político realizado por Paz Zamora se dio en los primeros años del modelo pactado de democracia en Bolivia. Después de una gestión desastrosa de Siles Zuazo, que dio lugar a unas tasas de hiperinflación de 24.000 % en 1984, Paz Estenssoro llegó al poder y aplicó la llamada “nueva política económica” (NPE), a través de la cual se implementó una serie de ajustes de corte neoliberal. Además, el presidente, que era del Movimiento Nacionalista Revolucionario (MNR), había pactado con su antiguo enemigo y exdictador Bánzer para llevar a cabo las reformas. Los resultados económicos de su gestión se suelen considerar como muy positivos e incluso a partir de 1987 se empezaron a devolver varias competencias al sector público (Morales, 1992, p. 2).

---

<sup>2</sup> De acuerdo con el sistema político boliviano, si ningún candidato a la Presidencia gana la mayoría absoluta, el Congreso tiene que elegir entre los dos (anteriormente tres) candidatos con más votos. El sistema se estableció por primera vez en la Constitución de 1839 y se le atribuyen varios efectos positivos sobre la democracia: hace falta que los partidos políticos lleguen a acuerdos sobre la votación; reduce los problemas de legitimidad dual entre el Ejecutivo y el Legislativo, y tiene efectos centrípetos sobre los actores y así se evita la polarización. Sobre este sistema, véanse Pachano, 2006, y Colomer, 2001.

En las elecciones de 1989, ningún candidato ganó la mayoría absoluta necesaria para convertirse automáticamente en presidente. El MNR obtuvo 23 % de la votación; el partido Acción Democrática Nacionalista (ADN), 21.6 %, y el MIR, 19.6 % (Laserna, 1990, p. 213). Al final, Paz Zamora, del MIR, (como dijimos, un antiguo activista socialista), y Bánzer, de ADN, (el exdictador) decidieron formar una coalición y pactaron para que Paz Zamora fuera presidente. Después de llevar a cabo una campaña basada en políticas sociales y el mercado interno, Paz Zamora de hecho amplió y profundizó las reformas neoliberales puestas en marcha por Paz Estenssoro. Fue una decisión realmente interesante y digna de estudiarse con profundidad en un marco más amplio, que incluya el rol del comportamiento de los actores principales además del papel de las instituciones.

### **Causas del giro realizado por Jaime Paz Zamora**

A continuación se analizan y se aplican al caso de Paz Zamora en Bolivia las seis hipótesis de Stokes (2001) sobre las razones por las cuales los agentes no cumplen con sus promesas electorales.

*¿Existían diferencias de opinión entre los políticos y los votantes?*

De acuerdo con la investigación realizada por Stokes (2001), los cambios bruscos y repentinos de políticas públicas una vez en el poder muchas veces tienen que ver con que existen creencias diferentes entre los políticos y los votantes: normalmente en un eje pro- y un eje antimercado. Establece dos razones principales para explicar esta diferencia: por una parte, un deseo por parte del agente de *representar el interés del principal* y, por otra, un deseo por parte del agente de *beneficiarse a sí mismo*. En el contexto de América Latina, Stokes (2001, p. 186) encuentra que la primera razón suele ser la más común y, entonces, corresponde a un marco mínimo de representación democrática.

En el caso del cambio realizado por Paz Zamora, es importante hacer una reflexión sobre las preferencias de los votantes en las elecciones bolivianas de 1989, teniendo en cuenta la falta de mayoría absoluta por parte de cualquier candidato. En la tabla 1 se recopila información sobre los partidos más importantes, las dimensiones más resaltadas de sus respectivas plataformas electorales y el porcentaje de votación que recibieron:

**Tabla 1. Resultados de la elección general de 1989 según partido y plataforma**

Partido político	Plataforma electoral	Porcentaje de votos (%)
MNR	La eficiencia empresarial	23
ADN	La eficiencia empresarial	21.6
MIR	Sociedad de productores, mercado interno, políticas sociales	19.6
Conciencia de Patria (Condepa)	Un gobierno de mestizos/cholos	11
Izquierda Unida (IU)	Cambio y ruptura de la hegemonía de los tres partidos principales	7.2
Partido Socialista Independiente (PSI)	La honestidad	2.5
Movimiento Revolucionario Tupaq Katari de Liberación (MRTKC)	Bolivia multinacional, plurilingüe	1.5

Fuente. Elaboración propia con base en información de Laserna (1990, pp. 213-214) y Aguirre (2005).

Varios elementos de la tabla 1 resultan llamativos. Primero, el hecho de que las plataformas del MNR y el partido ADN, los partidos con mayor votación, eran en el fondo iguales. De acuerdo con el análisis que hace Laserna (1990, p. 214), la única diferencia de hecho era el énfasis sobre las calidades personales de Bánzer en la campaña de ADN. Como la dimensión económica resultó ser la clave para la elección, se puede afirmar que los que votaron por el MNR y ADN tenían preferencias de políticas públicas bastante parecidas, es decir, enfocadas hacia la aplicación de una política económica neoliberal. Si se suma la votación de los dos grupos, representa 45 % del electorado, que es una cifra muy relevante.

Luego, había dos grupos importantes de ofertas de acuerdo con la dimensión económica. Por un lado, el MIR, bajo Paz Zamora, que enfatizaba el mercado interno y la importancia de las políticas sociales. Luego, por otro lado, los demás partidos (IU, Condepa, MRTKC, PSI), que proponían una ruptura con el modelo económico y la hegemonía de los tres principales partidos. Estos cuatro grupos suman casi 21 % de la votación.

Fue frente a este panorama que Paz Zamora asumió la Presidencia de Bolivia, con 19 % de la votación. Sin duda la propuesta del MIR se centró en el medio, ya que no se trataba de seguir con la NPE sin tener en cuenta el costo social y tampoco de cambiar el modelo económico. De hecho, el MIR fue el único que recibió apoyo de todas las regiones en vez de un apoyo concentrado en la ciudad o en el campo, como fue el caso de los otros partidos (Laserna, 1990, p. 219). No obstante, la votación a favor del modelo económico propuesto entre el MNR y ADN era muy importante —45 % del electorado—, con lo cual cabe preguntarse a qué preferencias iba a responder Paz Zamora una vez en el gobierno: ¿sería a 19 %, que votó de acuerdo con sus propuestas, o a 45 % del electorado, que tenía unas preferencias muy marcadas y distintas? Parece que considerar la relación entre preferencias y agente electo pone de relieve cuán compleja es la dinámica entre el gobernante y los ciudadanos, sobre todo cuando el sistema institucional (en este caso el presidencialismo parlamentarizado) permite que un candidato con menos de una quinta parte de la votación llegue a ser presidente.

A raíz del análisis realizado arriba, dos conclusiones se imponen: efectivamente, Paz Zamora traicionó a 19 % del electorado que votó por él, y

decidió seguir las preferencias (en cuanto a políticas públicas) de 45 % del electorado que no le otorgó el sufragio. Este hecho tiene importantes implicaciones en cuanto a la idea de la representación política y la relevancia de los cambios de políticas públicas, sobre todo si se dirigen en la misma dirección que las preferencias de la mayoría del electorado. No obstante, es conveniente observar que gran parte de los votantes en 1989 sentían que sus preferencias no estaban recogidas por ningún partido político. Según una encuesta preelectoral, más de 33 % del electorado opinaba que ningún partido representaba sus intereses y 16 % afirmaba que había un partido que representaba sus intereses de manera parcial (Laserna, 1990).

Entonces, se puede afirmar que el caso de las elecciones de 1989 nos ofrece un panorama mixto en cuanto a las diferencias entre los ciudadanos y los gobernantes. Primero, es posible aseverar, como se hizo en el párrafo anterior, que Paz Zamora, una vez en el poder, sí cambió de proyecto de políticas públicas y así traicionó a 19 % de votantes que lo eligieron. Si lo hizo en el marco de un representante buscando los intereses de los ciudadanos (tanto de sus votantes como de los de otros actores) o por beneficio personal se aclarará durante la evaluación de las distintas hipótesis. Segundo, 45 % del electorado estaba de acuerdo con las preferencias de los dos partidos más importantes y la necesidad de seguir con la NPE. Tercero, casi 50 % del electorado no se identificaba con las propuestas de los diferentes partidos. De esta manera, parece claro que es muy difícil establecer hasta qué punto las preferencias del agente y del particular concordaban o no. Por este motivo, parece interesante revisar esta hipótesis, ya que tiene implicaciones muy importantes a la hora de evaluar el elemento normativo de los cambios entre la campaña electoral y el proyecto de gobierno.

### *¿Las elecciones eran muy competitivas?*

Otro factor que influye en un cambio de políticas públicas son unas elecciones competitivas. De acuerdo con la investigación realizada por Stokes (2001), dadas las diferentes opiniones de los candidatos y los votantes, es más probable que un candidato con un margen de victoria amplio revele

sus verdaderas intenciones. Si hay una elección muy reñida, los candidatos no querrán revelar sus propuestas con demasiada claridad, por reducir así los costes políticos si luego las cambian.

Las elecciones de 1989 en Bolivia, sin duda, fueron muy reñidas y las encuestas de opinión antes de la votación pronosticaban un empate entre el MNR, ADN y el MIR (Laserna, 1990, p. 212). La dimensión que se enfatizaba era la político-económica y no se dejaban ver los detalles de los otros proyectos. Jaime Paz Zamora, por su parte, hablaba en términos muy vagos (Morales, 1992, p. 4) y no explicaba exactamente cómo esperaba ofrecer cambios para suavizar el impacto de los ajustes neoliberales. Según Laserna (1990):

apelo a su vinculación socialdemócrata y a su pasado izquierdista para a tiempo de garantizar continuidad con la política de estabilización, ofrecer cambios que aliviaran la presión sobre los sectores menos favorecidos y recuperaran para el Estado un papel más activo en el arbitraje de los conflictos y las contradicciones sociales. (p. 212).

Entonces, en vez de ofrecer propuestas claras, los tres candidatos principales recurrieron a discursos basados en su historia y a criticar a sus opositores. Fue la primera vez en la historia política de Bolivia que la imagen de los candidatos se privilegió sobre temas de política e ideología, sobre todo con el uso de *spots* televisivos en vez de debates. Parecía que nadie quería arriesgarse (Laserna, p. 216). Este proceso sigue fielmente el modelo presupuesto por Stokes (2001) en su segunda hipótesis sobre los giros realizados por los presidentes latinoamericanos. Esto también ocurre en los sistemas de partidos con vínculos programáticos débiles, dado que las estrategias de campaña son duales. Una vertiente se orienta a la provisión de bienes particularistas de tipo clientelar, dirigida a los pobres urbanos y a otros sectores de ingresos bajos, mientras que otra se orienta a través de los medios de comunicación mediante mensajes de tipo programático dirigidos a las clases medias. Los partidos y las élites con una tradición profunda de movilización de su base clientelar a menudo encuentran difícil optar por una de las dos opciones estratégicas, puesto que tienen fuertes

incentivos para seguir esta estrategia dual y diversificada. Por otro lado, incluso las estrategias mediáticas de las campañas en sistemas de partidos con vínculos predominantemente clientelares suelen funcionar más con base en la imagen personal de los políticos que como vehículos de transmisión de propuestas ideológico-programáticas (Díaz-Cayeros, Estévez y Magaloni, 2007; Benton y Langston, 2009; Díaz y Medrano, 2016).

*¿Los votantes no estaban seguros del impacto de las políticas sobre su bienestar?*

Stokes (2001) argumenta que, si los votantes en América Latina hubieran estado absolutamente seguros de que la liberalización económica estaba en contra de sus intereses, habrían atribuido excelentes resultados económicos a otros factores. De acuerdo con esta hipótesis, los gobiernos que aplicaron políticas neoliberales por sorpresa habrían sido derrocados en las siguientes elecciones o incluso a través de levantamientos populares.

En el caso de Bolivia en 1989, esta causa estaba completamente ausente, ya que las políticas económicas puestas en marcha por Paz Zamora constituyeron una continuación de la NPE de Paz Estenssoro. Aunque en realidad se profundizaron las reformas,<sup>3</sup> los resultados de los ajustes neoliberales ya eran obvios para el electorado boliviano en 1989. Por un lado, se moderó la hiperinflación heredada del gobierno de Siles Zuazo, con una tasa más controlable de 16.6 % para 1988, y el producto interno bruto (PIB) creció a un ritmo anual de 2 % (véanse Laserna, 1990, p. 7; Barcelona Center for International Affairs, s. f.). Por otro lado, el gasto público en relación con el PIB había caído cada año y los despidos (o “relocalizaciones”) de los mineros habían provocado toda una oleada de protestas. Todo indicaba que los votantes estaban seguros tanto de los efectos positivos como de los negativos de las políticas económicas.

---

<sup>3</sup> Por ejemplo, llevó a cabo un sistema de privatización mucho más radical que el proceso implementado por Paz Estenssoro.

La hipótesis de Stokes (2001) incluye también un levantamiento de los ciudadanos o el derrocamiento del gobierno como indicador de sentirse *sorprendidos* por los efectos de las políticas que no esperaban. Sin embargo, en el caso de Bolivia, las movilizaciones y las protestas de los mineros siguieron y Paz Zamora empleó el estado de sitio en 1990, que fue ampliamente criticado por los observadores internacionales.<sup>4</sup> Parece que la viabilidad de este indicador depende en gran parte de las estrategias represivas utilizadas por el gobierno.

### *¿Las políticas públicas no tenían efectos predecibles?*

La cuarta causa de un giro de políticas enfocadas a la *seguridad* o políticas enfocadas a la *eficiencia* sería justamente el hecho de que los resultados de la política económica son más difíciles de predecir que los de otras políticas públicas. La motivación fundamental del cambio, entonces, sería una modificación en el análisis de la situación por los gobernantes una vez en el poder.

El análisis y la aplicación de la tercera hipótesis de Stokes (2001) conllevan el resultado de la cuarta hipótesis, ya que están muy relacionadas entre sí. No cabe duda de que en Bolivia en 1989, cuando la dimensión económica se convirtió en el eje principal de las elecciones, los efectos de la continuación de la NPE eran totalmente predecibles, tanto a nivel micro como a nivel macro. De hecho, la inflación seguía cayendo —hasta 14.5 % en 1991—, el PIB seguía subiendo —4.1 % en 1991— y el gasto público en relación con el PIB fue disminuyendo —sólo 27.6 % del PIB a partir de 1990 en comparación con un promedio de 45 % de éste en la década de los ochenta— (Morales, 1992, p. 6).

El hecho de que los efectos de las políticas públicas fueran predecibles y, además, de que los diferentes sectores de la ciudadanía supieran las consecuencias de las mismas sugiere que el cambio de políticas públicas en el

---

<sup>4</sup> Por ejemplo, Amnistía Internacional (AI).

caso de Paz Zamora no se realizó como consecuencia de una información privilegiada por parte de la élite político-económica ni como resultado de la mala gestión del gobierno anterior, sólo aparente una vez que el gobierno estaba ya en funciones; dos factores que Stokes (2001, p. 19) identifica como comunes en el discurso de justificación del cambio de políticas.

*¿El partido político en cuestión era joven?*

Para Stokes (2001), los gobiernos dirigidos por partidos jóvenes son más propensos a incumplir las promesas de la elección que los partidos más viejos. La explicación se encuentra en el hecho de que los partidos jóvenes suelen ejercer más control sobre sus bases y, entonces, éstas no tienen el poder de controlar a sus dirigentes. En los casos en que el partido tiene más años y la elección futura parece más factible, habrá más acuerdos entre las bases y los dirigentes. En este sentido, Maravall (2003, capítulo 3) añade que la influencia de las bases sobre las cúpulas del partido sólo se da cuando unos activistas tienen la posibilidad de escindirse y su ausencia sería de clara importancia electoral para el partido.

**Tabla 2. Fecha de fundación de los principales partidos que participaron en las elecciones de 1989**

Partido político	Año de fundación
MNR	1941
PSI	1970
MIR	1971
ADN	1979
MTKC	1989
Condepa	1989

Fuente. Elaboración propia con base en información de Laserna (1990).

El MIR, fundado en 1971, no se puede considerar como un partido joven en el contexto boliviano. Aunque el MNR, el partido político boliviano por antonomasia, se erigió mucho antes (en 1941), tanto el PSI como el MIR se fundaron en un momento clave: a principios de los setenta, como reacción a los regímenes militares. El MIR creció como un partido marxista y Paz Zamora pasó mucho tiempo en el exilio por sus creencias socialistas. Su hermano Néstor, quien murió en una lucha guerrillera y se convirtió en un héroe para la izquierda boliviana, otorgaba continuidad y legitimidad al partido frente a sus bases socialistas.

No obstante, hace falta recordar que el argumento de Stokes (2001) es que, en el caso de un partido más viejo, las bases podrán controlar a sus cúpulas de acuerdo con las preferencias de los votantes para tener posibilidades de elección en el futuro. En el caso del MIR, el vínculo entre los dirigentes y las bases se fue rompiendo poco a poco, gracias a una serie de cambios programáticos por parte de Paz Zamora y sus aliados. Primero, para las elecciones iniciales de la democracia en 1978, el MIR había dejado el marxismo a un lado y adoptó la socialdemocracia como una opción más

moderada. Aunque mantuvo la base de apoyo, los marxistas se separaron del partido (véase Barcelona Center for International Affairs, s. f.). El hecho de que Zamora traicionara a la base de su partido (19 %) y quisiera responder a las preferencias de 45 % del electorado es evidencia de la conversión del MIR en un partido de tipo *catch-all*.

Luego, más miembros se distanciaron del partido cuando formó una alianza para el gobierno con el MNR. La gestión fue desastrosa y en 1983 los seis ministros del MIR abandonaron el gabinete como señal de su desacuerdo con las políticas de Siles Zuazo. Paz Zamora intentó mantener un frente unido y sólo dimitió de la Vicepresidencia para poder postularse para la Presidencia en las elecciones de 1985. En este contexto, el acuerdo con Bánzer, tras las elecciones de 1989, se percibió como vender el partido y una estrategia que —según una periodista y política muy importante en la historia democrática de Bolivia— “la izquierda no perdona hasta hoy” (Campero, 1992, p. 80).

Como consecuencia de los cambios programáticos, el MIR, efectivamente, perdió varios miembros. Sin embargo, por lo visto, ese hecho no fue suficiente como para perjudicarlo a nivel electoral. Más bien, la naturaleza misma del partido cambió y de ser un movimiento marxista pasó a ser un partido centrista. Por ejemplo, según la encuesta de Élités Parlamentarias de América Latina llevada a cabo por la Universidad de Salamanca en 1996, los legisladores, los dirigentes y los militantes ubicaban al MIR en 5.5 en una escala de uno (izquierda) a 10 (derecha). En 1999, su autoevaluación fue de 5.3, reflejando cierta estabilidad programática (García, 2003, p. 98). Entonces, en el caso del MIR y de acuerdo con la teoría de Maravall (2003), el partido no tuvo que satisfacer a los militantes más radicales del grupo, ya que su ausencia no iba a impactar en su rendimiento electoral.

Por una parte, se puede afirmar que la edad del partido no fue un factor explicativo en el giro de políticas realizado por Paz Zamora en 1989. No obstante, el hecho de priorizar una agenda pragmática más que elementos ideológicos, en los 10 años anteriores a esa elección, quizás debería haber alertado a los electores sobre la inconstancia ideológica del partido.

### ¿Se trataba de un gobierno de minoría o de coalición?

El sexto posible factor para explicar un cambio de políticas sería el caso de un gobierno de minoría o de coalición. El argumento en este caso es que un gobierno no mayoritario carece de un control completo sobre las políticas públicas y tiene que abandonar ciertas posturas en negociaciones con otros partidos. Por un lado, autores tales como Colomer (2001, pp. 133-140) y Lijphart (2001, p. 85) apuntan al efecto participativo de los gobiernos formados por coaliciones, argumentando que abren los temas de la agenda y hacen que las políticas públicas sean más inclusivas. Sin embargo, Stokes (2001) afirma que en América Latina han servido para fomentar el incumplimiento de promesas electorales, sobre todo por motivos de beneficio propio.

No cabe duda de que los gobiernos de coalición constituyeron el rasgo característico de la democracia boliviana hasta la ruptura del modelo representada por la victoria del MAS en 2005. En gran medida, la formación de coaliciones es el resultado del sistema de presidencialismo parlamentario, debido a la necesidad de buscar un amplio apoyo en el Congreso, que elige al presidente en caso de que la primera vuelta no dé una mayoría absoluta a ningún candidato. Hasta la victoria de Morales en 2005, éste fue el caso en Bolivia y, entonces, el mecanismo de la segunda vuelta se empleó desde 1982 hasta 2003, produciendo seis coaliciones diferentes.

De acuerdo con la teoría de Lijphart (2000, p. 85), lo más lógico es que se forme un gobierno ganador mínimo, teniendo en cuenta la distancia ideológica de los partidos que forman parte de la coalición. Sin embargo, encontró que en la práctica las coaliciones sobredimensionales y las de minoría se dan con más frecuencia. Explica que las coaliciones sobredimensionales se suelen dar en tiempos de grave crisis para la nación, y las de minoría, cuando se trata de una gran diferencia de ideologías o si el partido en el gobierno cuenta con apoyo *informal* dentro del Congreso.

En el caso de las elecciones de 1989, la coalición que se formó fue de tipo sobredimensional e incluía al MIR, al partido ADN y a Condepa (un pequeño partido populista). Así, la coalición incluía 18 congresistas más de los que hacían falta para lograr la mayoría absoluta (véase Barcelona Center for International Affairs, s. f.). Los actores —de bases ideológicas

muy diferentes— justificaron la coalición “en aras de la gobernabilidad”, pero se puede decir que en 1989 la democracia boliviana estaba mucho más estable que nunca. Además, la coalición más lógica a nivel ideológico y de mayorías habría sido una simple unión entre el MNR y el partido ADN, que, como ya se ha mencionado, habían realizado campañas con propuestas muy parecidas. Parece que otros factores, más allá de la *necesidad* de formar una coalición gobernante, estuvieron en juego.

Primero, es necesario comprender por qué el partido ADN decidió pactar con el MIR en vez de con el MNR. La razón fue sencilla: había pactado con el MNR en la gestión anterior y esperaba que éste fuera a apoyarlo en esta elección, presentándose como una coalición desde el inicio (Laserna, 1990). Como no fue el caso, no tenía sentido para ADN pactar con el mismo partido después de las elecciones. Por esta razón tuvo que recurrir a su antiguo enemigo, el MIR, el único partido importante y que posiblemente podría servirle en el futuro.

Segundo, es importante comprender por qué el MIR decidió pactar con el partido ADN y no con el MNR, que históricamente no había sido un enemigo tan importante. En su análisis, Stokes (2001, p. 92) presenta a Paz Zamora como un personaje un tanto desesperado, que no quería aplicar políticas neoliberales pero se vio forzado a hacerlo debido a la presión de ADN. Sin embargo, cabe preguntarse por qué tomó la decisión de pactar justamente con el partido más derechista del sistema. La respuesta parece ser por razones de *cuoteo* político y el oportunismo de Paz Zamora al percibir una ruptura dentro de la derecha boliviana. De hecho, tanto Sánchez de Lozada del MNR como Bánzer del partido ADN pidieron votos al líder mirista, quien se puso firme y dijo que no *daría* votos sino que los *aceptaría* (Campero, 1992). De ahí que quede patente que Paz Zamora tenía la Presidencia en la mira al formar la coalición, aun a sabiendas de no poder cumplir con su plataforma electoral y de esa manera correr el riesgo de convertirse en una suerte de *presidente títere*. Además, el acuerdo con Bánzer incluía retirar al MIR de las siguientes elecciones presidenciales, lo cual Paz Zamora, por lo visto, aceptó.

Por lo tanto, como se trata de intentar captar el poder en un momento dado sin pensar en las consecuencias para el partido en el futuro, el caso

de Paz Zamora parece depender tanto del diseño institucional como de los cálculos estratégicos de los actores políticos. Entonces, volviendo al esquema de Stokes (2001), más que el modelo de “gobernar en el interés de los ciudadanos”, en el caso bajo estudio parece acercarse más a un modelo de realizar un giro programático por beneficios propios. La posibilidad de representar a los típicos votantes miristas en una coalición iba a ser nula, algo que Paz Zamora habría visto claramente desde el momento en que decidió pactar con Bánzer.

### *En resumen*

En la tabla 3 se recopilan los hallazgos de esta sección, para poder ver de manera más clara cuáles factores encontrados por Stokes (2001) como explicativos de cambios de políticas una vez en el gobierno estaban presentes en el caso de Bolivia en 1989.

**Tabla 3. Resultados de la aplicación de las hipótesis de Stokes (2001) al caso de Paz Zamora en 1989**

Posibles causas	¿Estuvo presente en 1989?	Detalles
I. Opiniones diferentes entre élite y ciudadano	Resultado ambiguo	La política económica seguida de hecho representaba los intereses de 45 % del electorado. Sin embargo, el presidente no respetó las preferencias de 19 % de los votantes, quienes le otorgaron el sufragio. En encuestas de opinión, gran parte del electorado decía que ningún partido representaba sus intereses o, si lo hacían, sólo era en parte.
II. Elecciones competitivas	Sí	Sobre todo entre los partidos ADN y MNR.

Posibles causas	¿Estuvo presente en 1989?	Detalles
III. Votantes inseguros respecto al impacto de la política sobre su bienestar	No	
IV. Políticas públicas con efectos poco predecibles	No	
V. Partido político joven	Resultado ambiguo	Sin embargo, la cúpula del partido se comportaba más como un vehículo electoral, debido a varios cambios ideológicos y pragmáticos. Los activistas que se separaron del partido no tuvieron un gran impacto sobre su desempeño electoral en 1989.
VI. Gobierno de minoría/coalición	Sí	Factor clave: al formar la coalición con ADN, el MIR sabía que tendría que ceder sobre la marcha de la economía y su énfasis sobre las políticas sociales.

Fuente. Elaboración propia con base en la aplicación de las hipótesis de Stokes (2001, pp. 188-189) al caso del giro programático realizado por Jaime Paz Zamora en Bolivia después de las elecciones de 1989.

Aplicar las hipótesis de Stokes (2001) al caso de Paz Zamora en 1989 nos permite ver claramente los factores incluidos en la decisión de cambiar las políticas entre la campaña electoral y el despacho presidencial. Es importante resaltar que, a diferencia de en la mayoría de los casos investigados por la autora aludida, no hubo un elemento de sorpresa en cuanto a la situación económica ni en cuanto a las políticas neoliberales ni en cuanto a sus consecuencias. Estos factores no explican por qué Paz Zamora cambió de política, pero sí sugieren que no lo hizo según el modelo de un representante que, al recibir nueva información privilegiada, actúa pensando en el bien de los ciudadanos.

El factor de la fuerza del partido político, medida por su edad, tampoco estaba presente en Bolivia en 1989. El MIR era un partido bien establecido con vínculos importantes entre las bases y las cúpulas. Sin embargo, el hecho de que ya había cambiado de programa y de ideología varias veces y de que iba perdiendo fuentes de apoyo antes de 1989 quizás debería haber alertado a los electores de que era un partido bastante *flexible* en términos ideológicos. Entonces, a la fuerza del partido medida por la edad del mismo, quizás sea conveniente añadir —dentro del marco de Stokes (2001)— la disponibilidad de los partidos más viejos en cuanto a cambios programáticos a través de su historia.<sup>5</sup> Aun así, el paso de la socialdemocracia al neoliberalismo es bastante grande; y, teniendo en cuenta el discurso socialista de Paz Zamora durante la campaña de 1989, quizás sólo los electores más cínicos habrían esperado un giro tan radical (véase Morales, 1992, p. 6).

Para explicar el viraje realizado por Paz Zamora una vez en el poder, las siguientes variables son mucho más esclarecedoras: unas elecciones competitivas, un gobierno de minoría o de coalición, y una diferencia entre las opiniones de los gobernantes y los ciudadanos. Además, en este caso, estas tres variables están íntimamente relacionadas. Se puede afirmar que unas elecciones competitivas hicieron que las políticas no se revelaran y además —teniendo en cuenta el sistema de presidencialismo parlamentarizado— que hiciera falta formar una coalición para poder elegir a un presidente y un gobierno. Luego, la decisión de formar la coalición tenía que ver con una opción más política que ideológicamente viable, dada la ruptura entre ADN y el MNR. La gran ironía es que las políticas empleadas de hecho estaban de acuerdo con las preferencias del mayor bloque de votantes (ADN-MNR), pero que la persona que las puso en práctica era un representante de otros intereses (MIR). Sin duda, el sistema institucional combinado con unos intereses a corto plazo provocó resultados que rompieron la relación entre principal y agente. El caso de Paz Zamora ejemplifica un panorama en que, por motivos de *cuoteo* político, las coaliciones pueden tener efectos poco beneficiosos en términos de la *accountability* democrática.

---

<sup>5</sup> En este sentido, el partido Alianza Popular Revolucionaria Americana (APRA) en Perú sería un caso ejemplar.

## Los resultados y las consecuencias del viraje realizado por Paz Zamora

Posteriormente de analizar los factores que llevaron a Paz Zamora a emplear medidas de corte neoliberal después de realizar una campaña basada en el mercado interno y en políticas sociales, cabe estudiar los resultados de su gestión, la estrategia empleada por parte del partido gobernante para maximizar la aprobación de la misma y la reacción de los ciudadanos en las siguientes elecciones. Aunque tanto Maravall (2003, capítulo 1) como Stokes (2001, p. 60) ofrecen un marco con dos momentos (las elecciones que otorgan el poder al mandatario y luego las que sirven para premiarlo o castigarlo), en el presente estudio se consideran todas las elecciones después de 1989 para establecer los efectos a largo plazo. Teniendo en cuenta el modelo pactado de gobernabilidad vigente en Bolivia hasta 2005, resulta ser un marco temporal más adecuado para observar y analizar el segundo aspecto de los cambios de políticas públicas una vez en el poder.

### *Los resultados de la gestión de Paz Zamora*

Según la teoría de Stokes (2001), los presidentes que cambian de políticas una vez que están en el poder producen, en términos generales, mejores resultados económicos. Para Hagopian (2005, p. 318), los votantes se interesan sobre todo en el desempeño de la gestión en términos económicos aunque en otras arenas también. Entonces, en esta sección se analizan los resultados de la gestión de Paz Zamora en varias esferas.

En cuanto a la marcha de la economía, el balance de los cuatro años de gobierno es positivo. El PIB creció un promedio de 3.3 % anual y la inflación cayó a 12 % (véase Barcelona Center for International Affairs, s. f.). Sin embargo, entre 1992 y 1993 la economía empezó a frenarse, lo cual hizo que los promedios respectivos en cuanto al crecimiento y la inflación para el periodo fueran bastante menos positivos. Maravall (2003) enfatiza la importancia del último año del mandato para los votantes, dado que los hechos están más recientes y son más influyentes, sobre todo me-

diáticamente. Otro dato de interés es el hecho de que en 1990 el gasto público en relación con el PIB descendió a 27.6 %, lo cual representaba una gran diferencia con el promedio de 45 % durante la década de los ochenta (Morales, 1992, p. 6).

Más allá de su gestión de la economía, otro elemento clave de la administración de Paz Zamora fue el inicio de una reforma del Estado. En 1991, se produjo una revisión del sistema electoral, en gran parte debido a varias acusaciones de fraude durante las elecciones de 1989. Los mayores logros fueron la fundación de una Corte Nacional Electoral Independiente (Instituto Internacional de Gobernabilidad de Cataluña, 2004) y la eliminación del umbral electoral para 1993 (Alcántara, 2003, p. 311), lo cual tenía el objetivo de mejorar la representación de los partidos más pequeños. Además, en las elecciones de 1985 y 1989, el voto consistía en elegir una papeleta de un color para representar un partido, lo que generaba confusión entre los votantes, el sabotaje de papeletas por los militantes partidistas y, en algunas ocasiones, un voto inevitable por la carencia de otras papeletas. Entonces, con la reforma se introdujo una papeleta única y multicolor para que todos los partidos aparecieran en una lista en igualdad de condiciones. Aun así, con la reforma no se solucionó el problema clave del sistema: el hecho de que los votantes se veían obligados a sufragar en bloques (Colomer, 2001, p. 185) y elegir a los congresistas representados por el candidato a presidente. Como explica Laserna (1990), el sistema limitó “gravemente la representatividad del congreso al no permitir una relación directa entre los votantes y los parlamentarios” (p. 211).

A pesar de sus intenciones de llevar a cabo una exhaustiva agenda social (que incluía reformas en los sistemas judicial, educativo y administrativo), Jaime Paz Zamora concentraba sus esfuerzos en la NPE. Además, su estilo como presidente resultó ser de mano dura: por ejemplo, destituyó a ocho jueces que intentaron declarar inconstitucionales unas leyes sobre la inversión privada y habló con gran seguridad acerca de los resultados de la política económica, en contraste con Paz Estenssoro, quien habría demostrado más cautela en este sentido. Un economista boliviano encuentra la causa de este liderazgo fuerte precisamente en “la debilidad derivada de la estrategia con que fue elegido” (Morales, 1992, p. 4).

En resumidas cuentas, la gestión económica de Paz Zamora fue, por lo general, positiva y, como resultado, durante su administración Bolivia logró cierto grado de estabilidad en ese sentido. Sin embargo, los costes sociales de la gestión fueron muy altos y su planificada agenda social nunca se implementó. Además, su estilo de gobierno fuerte, tipificado con la declaración del estado de sitio y la destitución de jueces que estaban en contra de sus proyectos, socavó seriamente los resultados económicos de su gestión. De acuerdo con la teoría de Stokes (2001), lo más lógico es que los votantes quisieran castigarlo en las siguientes elecciones, teniendo en cuenta la reducción en bienestar, las formas poco institucionales y la decisión de cambiar de programa al inicio de la gestión.

### *Las estrategias usadas para maximizar la aprobación de su gestión*

Según Maravall (2003, cap. 1), como los políticos son conscientes de que los resultados de las elecciones no siempre dependen de un juicio sobre su desempeño en el poder, usan varias técnicas para mejorar las opiniones acerca de su gestión o maximizar sus votos en futuros comicios. Las estrategias típicas del gobierno para justificarse son las cuatro siguientes: buscar un chivo expiatorio (muchas veces dentro del partido); ocultar las políticas poco populares al quitarlas de la agenda y reforzar la dimensión ganadora; ofrecer excusas y persuadir a los votantes de que las políticas eran necesarias, incluso llegar a pedir más tiempo, y esperar hasta que se cumpla un mandato por la oposición para ganar tiempo. A continuación se identifican cuáles de las estrategias fueron empleadas por Paz Zamora, tanto en 1993 como a largo plazo.

La primera opción encontrada por Maravall (2003) es la de buscar un chivo expiatorio (muchas veces dentro del partido) para que las cúpulas del partido salgan ilesas de un escándalo o de una gestión pésima. En el contexto de la administración 1989-1993, este elemento tiene más que ver con las acusaciones de fraude que con el cambio de políticas públicas. En este sentido, fue la mano derecha de Paz Zamora, Óscar Eid Franco, quien se vio procesado y encarcelado por tener vínculos con el narcotráfico, y Paz

Zamora salió ileso del asunto, a pesar de unas fotografías que lo mostraban conversando con varios narcotraficantes importantes (véase Barcelona Center for International Affairs, s. f.). No obstante, en lo que se refiere al viraje en cuanto a las políticas públicas, la opción del chivo expiatorio no se empleó.

Otra estrategia típica, de acuerdo con la teoría de Maravall (2003), es la de ocultar las políticas poco populares al quitarlas de la agenda y reforzar la dimensión ganadora. En la tabla 4 se refleja la posición del MIR sobre varios temas en las elecciones celebradas entre 1989 y 1997.

**Tabla 4. Evolución del programa electoral del MIR entre 1989 y 1997**

Programa	1989	1993 (bajo la plataforma "Acuerdo Patriótico", con ADN)	1997
Discurso ideológico	Proyecto nacional para todos los bolivianos.	Nación solidaria y equitativa con participación plena.	Estado democrático, participativo y equitativo.
Política económica	Modelo económico con contenido social. Sociedad democrática de productores.	Economía social de mercado. Inversión pública y privada; promover exportaciones. Leyes de intermediación financiera.	Desarrollo productivo, fomento a microempresas y exportaciones. Inversión privada.
Política social	Crear fuentes de empleo para mineros y trabajadores <i>deslocalizados</i> . Desarrollo del apartado productivo.	Inversión social: crear 268 000 puestos de trabajo.	Priorizar reforma educativa. Vivienda barata. Fortalecer el agro.
Reformas del Estado	Descentralización.	Reformar la Constitución y el Poder Judicial.	Reformar el Poder Ejecutivo. Despolitizar el Poder Judicial.
Temas de coyuntura	Lucha contra el narcotráfico y sustitución de plantaciones de coca.	Combatir la corrupción y el narcotráfico.	Ensanchar el poder local.

Fuente: Elaboración propia con base en tablas de Aguirre, 2005.

En la tabla 4 se demuestra claramente que no hubo un intento por parte del MIR de cambiar ni de plataforma ni de dimensión principal en las dos elecciones siguientes. Lo sorprendente es el hecho de que, bajo el “Acuerdo Patriótico”, con el partido ADN, lograra resaltar tantos elementos enfocados al bienestar social, además de una continuación de la NPE. Da la impresión de que los dirigentes del MIR esperaban una buena aprobación de su gestión y seguían proponiendo los mismos elementos, incluyendo un énfasis sobre las políticas sociales que, a vista de todos los bolivianos, habían pasado a un segundo plano entre 1989 y 1993.

La tercera estrategia encontrada por Maravall (2003) es la de ofrecer excusas y persuadir a los votantes de que las políticas eran necesarias, e incluso llegar a pedir más tiempo. Por una parte, como se acaba de señalar, Jaime Paz Zamora nunca dio excusas sobre los resultados de su gestión, sino más bien se jactaba de la misma. Sin embargo, en el discurso del MIR y de ADN se percibía una voluntad de emplear la reforma social como una segunda fase de su gestión (Antelo, 2008). De hecho, la estrategia de pedir tiempo para poder mantener el crecimiento y repartir los beneficios sociales se puede considerar como la estrategia clave de la democracia pactada vigente en Bolivia hasta la ruptura del modelo, evidenciada por las crisis de 2000 y 2003.

La cuarta estrategia sería esperar hasta que se cumpliera un mandato por la oposición para ganar tiempo y beneficiarse de una posible mala gestión (Lijphart, 2001, p. 85). En el caso del MIR ésta parece haber sido la estrategia clave. Por una parte, no presentar un candidato a las elecciones de 1993 había sido parte del acuerdo con Bánzer en 1989, con lo cual constituyó una obligación política para Paz Zamora. En cualquier caso, no cabe duda de que el descanso benefició políticamente al MIR, que se había visto debilitado por las escisiones de varios actores y las acusaciones de corrupción en 1993. Además, la propia Constitución impide la reelección inmediata del presidente, con lo cual Paz Zamora no tenía un gran incentivo para romper el acuerdo con el partido ADN. Con todo, ya en 1992 Paz Zamora reconocía que pensaba presentarse a las elecciones de 1997, luego de un descanso (Campero, 1992).

Justificando el “Acuerdo Patriótico” con Bánzer como un elemento necesario para la estabilidad democrática y comparándolo con los “Pactos de

la Moncloa” en España (véase Barcelona Center for International Affairs, s. f.), ahora cabe investigar hasta qué punto esta estrategia clave de Paz Zamora tuvo éxito con los votantes.

### *La reacción de los ciudadanos en las siguientes elecciones*

Según un analista boliviano, con los acuerdos por la democracia los partidos políticos:

Casi sin darse cuenta, han abandonado la búsqueda de ventajas políticas de corto plazo a cambio de una vigencia política permanente ... si están en el gobierno, están menos preocupados que antes con la posibilidad de que sus sucesores cosechen los beneficios de su gestión. (Morales, 1992, p. 8)

Sin embargo, la mejor manera de medir el éxito de las estrategias del gobierno del MIR es realizar un análisis de sus resultados en las siguientes elecciones. En la tabla 5 se muestra la evolución tanto del MIR como de los otros dos partidos más importantes históricamente en Bolivia: ADN y el MNR.

**Tabla 5. Evolución electoral de los principales partidos durante el periodo 1985-2005 y de la abstención electoral<sup>6</sup>**

Partido	1985 (%)	1989 (%)	1993 (%)	1997 (%)	2002 <sup>7</sup> (%)	2005 (%)
ADN	32.83 (1)	21.6 (2)	[AP] 21.05 (2)	22.26 (1)	3.4 (7)	[Poder Democrático Social (Podemos)] 28.59
MIR	10.18 (3)	19.6 (3)	[AP] ver arriba	16.77 (4)	16.32 (4)	[Podemos] ver arriba
MNR	30.36 (2)	23 (1)	35.56 (1)	18.2 (2)	22.46 (1)	6.47 (4)
Votación ADN-MIR-MNR	73.37	64.2	56.61	57.25	39.12	35.06
Abstención	18.03	26.34	27.84	28.64	28.11	15.6

Fuente. Elaboración propia con base en información de Aguirre (2005) y Laserna (1990).

<sup>6</sup> Los números entre paréntesis representan los puestos en la elección.  
<sup>7</sup> En ese año se ve el auge del MAS, que con 20.94 % ocupó el segundo lugar.

En cuanto a los resultados, es imprescindible tener en cuenta que en 1993 los partidos ADN y MIR se presentaron bajo el mismo “Acuerdo Patriótico”. Como consecuencia, se puede afirmar que los dos partidos llegaron malheridos a la elección de 1993. De hecho, juntos captaron la misma proporción de votos que cada uno había ganado por separado en 1989. Por lo tanto, parece evidente que el electorado castigó a los gobernantes, aunque —a falta de datos de opinión— es difícil establecer hasta qué punto el viraje realizado por Paz Zamora y los escándalos de corrupción fueron la causa, o si más bien el repentino deterioro de la economía entre 1992 y 1993 puede explicarlo. Además, como Paz Zamora se amparaba bajo los auspicios de Bánzer, no se puede establecer a quién se dirigía el voto de castigo. Por estos motivos, su descanso estratégico fue sumamente exitoso a la hora de evitar una censura muy fuerte al MIR por parte de los ciudadanos.

Teniendo en cuenta que tanto en 1997 como en 2002 Paz Zamora consiguió 16 % de la votación, parece evidente que a mediano plazo el MIR salió ileso de su gestión de 1993. Es importante destacar que el electorado boliviano sí se mostró capaz de castigar a ADN en 2002 y luego al MNR en 2005, tras las crisis políticas, económicas y sociales de sus respectivas gestiones. En el caso del MIR, la gestión de 1989-1993 —en términos relativos— no era tan desastrosa; entonces, con el descanso de 1993, su capacidad de supervivencia como partido político en ese momento no corría demasiado peligro.

No obstante, como se ha planteado, es necesario observar el caso del viraje realizado por Paz Zamora en el contexto del modelo de democracia pactada característico de Bolivia, a lo largo del tiempo. Así, de acuerdo con la tabla 5, se puede apreciar la erosión gradual tanto del apoyo hacia los tres partidos más importantes como de la participación en las elecciones generales. Aunque el electorado no haya castigado directa y específicamente al MIR, no cabe duda de que poco a poco ha ido puniendo el modelo que ha hecho posible estrategias como el viraje de Paz Zamora, que erosionaron la confianza en el sistema y en sus actores. De hecho, una serie de reformas, tales como la Ley de Participación Popular de 1994, dieron lugar a más participación indígena en las elecciones, lo cual queda reflejado en el auge

de partidos como el MAS (Mayorga, 2005, p. 158). La erosión fue progresiva pero, con la salida de Sánchez de Lozada del país en 2003, estaba claro que el modelo se había agotado.

Las brechas formadas por el *cuoteo* político y la corrupción se combinaron con el deterioro económico para dar la victoria electoral al MAS en 2005. Este caso parece ser una reacción *normal* por parte de los votantes; de acuerdo con el modelo establecido por Maravall (2003): los votantes decidieron castigar con su voto a los representantes del antiguo modelo (Podemos) en vez de tener en cuenta otros factores o mostrarse indecisos. Teniendo en cuenta que era la cifra más alta de participación en la historia democrática de Bolivia, parece que los votantes vieron mejores posibilidades de representación que nunca. La incorporación tanto de ADN como del MIR al Podemos representó la caída de ambos partidos, y, aunque sus militantes siguen en la arena política, ya no aparecen en las mismas agrupaciones. Sin duda, la llegada al poder de Morales puso en cuestionamiento todo el modelo de democracia representativa en el caso de Bolivia —un resultado de años de frustración popular frente al *cuoteo* político en manos de los dirigentes de los tres partidos principales—, lo que se expresó en apoyo a una democracia más bien directa o participativa (Mayorga, 2005, p. 172).

## Conclusiones

Un chiste popular contado después de las elecciones bolivianas de 1989 dice que, durante la campaña, los tres candidatos principales acudieron a la virgen de Urkupiña para pedirle un favor. Sánchez de Lozada pidió ganar las elecciones; Bánzer, tener el poder, y Paz Zamora, asumir la Presidencia. La virgen cumplió los deseos de cada uno (Laserna, 1990, p. 206).

Para explicar por qué Paz Zamora abandonó sus propuestas electorales al llegar a la Presidencia, el hecho de que fue un gobierno de coalición es el factor más esclarecedor. Es más, si se considera de dónde proviene la decisión de formar una coalición con su antiguo enemigo Bánzer, se destacan dos elementos: el diseño institucional que lo possibilitó (el presidencialismo

parlamentarizado) y una maniobra política por parte del líder del MIR. En el caso en estudio se observa un viraje fuera del marco mínimo de representación ofrecido por Stokes (2001).

Luego, teniendo en cuenta los resultados ambiguos de su gestión, además de varios escándalos por corrupción, lo más lógico sería un castigo en las elecciones como mecanismo de *accountability*. Paz Zamora empleó la estrategia clásica de un descanso entre elecciones y fue suficiente como para mantener su cuota electoral durante los siguientes tres comicios.

No obstante, considerado en un marco más amplio y en un plazo más largo, el viraje realizado por Paz Zamora se puede considerar como característico del modelo de gobernabilidad vigente en Bolivia entre 1982 y 2005; un modelo que se agotó cuando una alternativa viable se presentó, enfatizando la importancia de una participación plena y directa por parte de los ciudadanos y creando en el imaginario popular de este momento un modelo de gobernabilidad totalmente diferente.



## Fuentes de consulta

- Aguirre García, María de Lourdes (2005). “Presidencialismo parlamentari- zado en Bolivia (1985-2005): virtudes y limitaciones”. Tesis de Licenciatura en Relaciones Internacionales, Universidad de las Américas de Puebla, México. Recuperado de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/aguirre\\_g\\_md/portada.html](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/aguirre_g_md/portada.html)
- Alcántara, Manuel (2003). *Sistemas políticos de América Latina* (vol. 1, *América del Sur*). Madrid: Editorial Tecnos.
- Antelo, Eduardo (2008). “La capitalización en Bolivia”. Recuperado de [http://www.udape.gob.bo/portales\\_html/analiseconomico/analisis/vol11/art03.pdf](http://www.udape.gob.bo/portales_html/analiseconomico/analisis/vol11/art03.pdf)
- Barcelona Center for International Affairs (s. f.). “Jaime Paz Zamora”. Disponible en [www.cidob.org](http://www.cidob.org)
- Benton, Allison y Langston, Joy (2009). “A ras de suelo: apariciones de candidatos y eventos en la campaña presidencial de México”. *Política y Gobierno*, 135-176.
- Campero, Ana María (1992). “Jaime Paz Zamora. El pragmático que ven- ció al idealista”. *Nueva Sociedad*, 188, 80-88.
- Colomer, Josep (2001). *Instituciones políticas*. Barcelona: Ariel.
- Díaz-Cayeros, Alberto; Estévez, Federico; y Magaloni, Beatriz (2007). “Clien- telism and portfolio diversification: a model of electoral investment with applications to Mexico”. En Herbert Kitschelt y Steven Wilkinson (Eds.), *Patrons, clients, and policies: patterns of democratic accountability and political competition* (pp. 182-205). Cambridge: Cambridge University Press.
- Díaz Jiménez, Oniel y Medrano, Ramiro (2016). “La profesionalización de las campañas electorales presidenciales en México: el caso del Partido Revolucionario Institucional, 1994-2012”. En Carlos Muñiz, Alma Rosa Saldierna, Felipe de Jesús Marañón y Lauro Maldonado (Eds.), *Estudios sobre comunicación política en Latinoamérica* (pp. 105-145). Mé- xico: Universidad Autónoma de Nuevo León/ Fontamara.
- Domingo, Pilar (2006). “Introducción”. En Pilar Domingo (Ed), *Bolivia: fin de un ciclo y nuevas perspectivas políticas (1993-2003)*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

- García Montero, Mercedes (2003). "Bolivia". En Manuel Alcántara y Flavia Freidenberg (Eds.), *Partidos políticos de América Latina: países andinos*. México: Instituto Federal Electoral/Fondo de Cultura Económica.
- Hagopian, Frances (2005). "Conclusions: government performance, political representation and public perceptions of contemporary democracy in Latin America". En Frances Hagopian y Scott Mainwaring (Eds.), *The third wave of democratization in Latin America: advances and setbacks*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Instituto Internacional de Gobernabilidad de Cataluña (2004). "Perfiles nacionales de gobernabilidad: República de Bolivia". Disponible en [www.iigov.gov](http://www.iigov.gov)
- Kitschelt, Herbert y Wilkinson, Steven (Eds.) (2007). *Patrons, clients, and policies: patterns of democratic accountability and political competition*. Cambridge: Cambridge University Press
- Laserna, Roberto (1990, octubre-diciembre). "1989: elecciones y democracia en Bolivia". *Revista Mexicana de Sociología*, 52(4), 205-226.
- Lijphart, Arend (2000). *Modelos de gobierno: formas de gobierno y resultados en treinta y seis países*. Barcelona: Ariel.
- Maravall, José María (2003). *El control de los políticos*. Madrid: Taurus.
- Mayorga, René Antonio (2005). "Bolivia's democracy at the crossroads". En Frances Hagopian y Scott Mainwaring (Eds.), *The third wave of democratization in Latin America: advances and setbacks*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Morales, Juan Antonio (1992, septiembre-octubre). "Cambios y consejos neoliberales en Bolivia". *Nueva Sociedad*, 121, 134-143.
- O'Donnell, Guillermo (2000). "Further thoughts on horizontal accountability". Conferencia presentada en el Instituto Helen Kellogg de Estudios Internacionales, Universidad de Notre Dame, Estados Unidos de Norteamérica.
- Pachano, Simón (2006). "El peso de lo institucional: auge y caída del modelo boliviano". *América Latina Hoy*, 43, 15-30.
- Rodas, Hugo (2006). "Postideología y rebeliones sociales en Bolivia (1985-2003)". En Pilar Domingo (Ed.), *Bolivia: fin de un ciclo y nuevas perspectivas políticas (1993-2003)*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

- Rouquié, Alain (1997). “Los militares en la política latinoamericana desde 1930”. En Leslie Bethell (Coord.), *Historia de América Latina: política y sociedad desde 1930*. Barcelona: Crítica.
- Stokes, Susan (2001). *Mandates and democracy: neoliberalism by surprise in Latin America*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Whitehead, Laurence (2001). “The emergence of democracy in Bolivia”. En John Crabtree y Laurence Whitehead (Eds.), *Towards democratic viability: the Bolivian experience*. Basingstoke, Reino Unido: Palgrave.



textos de

*actualidad*





# Cartilla ciudadana

Miguel Ángel García Hernández\*

Florescano, Enrique (Coord.) (2015). México: Fondo de Cultura Económica/Fundación Pueblo Hacia Arriba.

---

En la obra *Cartilla ciudadana*, coordinada por Enrique Florescano, y en la que hacen sus valiosas aportaciones Silvia Conde, José Luis Gutiérrez y María Concepción Chávez, se nos muestra un panorama interesante que nos invita a reflexionar sobre diversos temas relacionados con la importancia del rol de los ciudadanos en la democracia y la protección de los derechos humanos en México.

El recorrido por sus páginas comienza con una conceptualización de la democracia, en la que se define primeramente como el poder en manos del pueblo, bajo la premisa de que en ésta debe existir una diversidad de ideas que la nutran, logrando su sustento en la valoración de la capacidad de los ciudadanos de autogobernarse. Esto nos lleva a reconocer que el poder debe provenir del pueblo, y que éste es responsable de integrarlo, limitarlo y orientar su acción.

■ pp. 189-194

---

\* Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) y Maestro en Derecho Electoral por el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM). Funge como Consejero Electoral del IEEM. Correo electrónico: migarcia@ieem.org.mx

Al respecto, coincido con los autores en que la democracia debe desarrollarse en un contexto en el que se tenga respeto a los derechos humanos, pues solamente así se puede garantizar el acceso real a los mecanismos de participación ciudadana que permitan a la población expresar sus ideas y coadyuvar a la tarea gubernamental.

En ese sentido, en la obra se explica de manera clara la evolución que se ha tenido a lo largo del tiempo en materia de derechos humanos, ya que se detalla que los derechos de primera generación son los civiles y los políticos, mismos que surgen como producto de la Revolución francesa en 1789 y que tienen como soporte las ideas de la Ilustración y las teorías del contrato social.

Los derechos de segunda generación son los económicos, los sociales y los culturales, los cuales surgen de la lucha por la justicia social y la búsqueda del bien común, pretendiendo garantizar condiciones mínimas de equidad en el acceso a los satisfactores de las necesidades básicas de la población.

Los de tercera generación son los derechos de los pueblos o de solidaridad, mismos que se expresan como derecho a la paz, a la autodeterminación de los pueblos, a la diversidad cultural, al desarrollo y al medio ambiente.

Derivado de lo anterior, los autores nos dejan claro que los derechos humanos se convierten en un criterio para la vida democrática, pues nos habilitan para exigir a las autoridades el respeto a esos derechos y el cumplimiento de las obligaciones que tienen con los ciudadanos para alcanzar una plena satisfacción de las necesidades fundamentales de la sociedad.

Asimismo comentan que para que la sociedad civil organizada sea realmente un contrapeso al poder público es necesario asumir un compromiso permanente y una ciudadanía activa que se involucre de manera consciente en la plena protección de los derechos humanos y la vida democrática, que además combata frontalmente la desafección política que impera en nuestro México.

Creo que estas nociones conforman un horizonte de ideas que permiten comprender a cabalidad que existe una inexorable conexión entre la democracia y la evolución de los derechos humanos, al mismo tiempo que lanzan un importante desafío a los lectores para convertirnos en ciudada-

nos proactivos, capaces de cambiar nuestro entorno; pues, ya sea a través del voto o del involucramiento directo en lo público, los ciudadanos tenemos el poder para transformar nuestra realidad.

En la segunda parte de *Cartilla ciudadana* se nos muestran los grandes derechos que el ser humano posee para lograr satisfacer sus necesidades. Los ciudadanos y el Estado juegan un papel primordial para que estos derechos generen bienestar personal, social, ambiental y económico; además, favorecen y fomentan o, caso contrario, impiden y retardan el pleno desarrollo de la sociedad mexicana y del país como nación, atendiendo a la actuación del propio gobierno y de la sociedad. El trabajo que hagan los individuos desde sus casas, escuelas, universidades, organizaciones, instituciones, iglesias, etc., de manera conjunta, corresponsable y solidaria, coadyuvará para generar el avance de un desarrollo pleno que llegue hasta las zonas más alejadas y escondidas del país.

La educación es fundamental para que las personas generen un mejor nivel de vida en los rubros de salud, trabajo, economía, por mencionar algunos; también forma una ciudadanía más consciente y participativa, que lucha por los derechos que tiene en su comunidad. Por esto la importancia de elevar la calidad educativa desde los niveles básicos, para formar a futuro adultos más competitivos, que contribuyan a lograr un país mejor desarrollado, con mejores condiciones de vida.

Las estadísticas nos dicen que la impartición educativa es mucho mejor y mayor en el centro de la República, y escasa en zonas rurales e indígenas, de ahí que los gobernantes deben procurar un desarrollo más expandible para llegar a sectores más vulnerables y lograr un equilibrio en la distribución educativa. Población y gobierno deben procurar la disponibilidad, accesibilidad, aceptabilidad y adaptabilidad de la educación en México.

Asimismo la libertad es un derecho fundamental del individuo que le permite formar su ideología ante la vida, tomar las decisiones que le parezcan correctas y elegir lo que mejor le convenga; esto con la garantía de que el Estado debe ofrecer mejores condiciones económicas, sociales y culturales.

Si bien es un derecho de todo individuo la no discriminación, aún persiste en forma generalizada lo contrario, lo que efectivamente se convierte

en un problema que restringe en forma injustificada e inmerecida derechos, libertades u oportunidades a determinadas personas o grupos sociales por ser quienes son o como son, y además los obstaculiza para que el desarrollo les llegue de manera íntegra o adecuada.

En ese sentido, la justicia pareciera que es el equilibrio que sirve al Estado para evitar ciertas tendencias o favoritismos de todos los derechos hacia unos en mayor o en menor medida; lo cierto es que garantiza el ejercicio y goce de todos los derechos individuales y colectivos. La seguridad es un derecho que también debe garantizar el Estado para que los individuos tengan una convivencia pacífica en todos los aspectos de su vida, ya que sin seguridad económica, política, ambiental, de la salud, alimentaria y ciudadana se pueden generar situaciones de inestabilidad para el país.

Por lo anterior, se tienen que aplicar las políticas públicas de manera simétrica, considerando las características sociales, culturales y económicas de cada zona geográfica, siempre con miras a disminuir la marginación y procurando que todos los sectores poblacionales se desarrollen equilibrada y armónicamente.

Para acercarnos a los ideales de democracia, dignidad y vida buena, es necesaria la conjunción de esfuerzos desde diversos sectores de la población. Ante tal situación, en la tercera parte de la obra se abordan las modalidades y las circunstancias que caracterizan la participación ciudadana, partiendo desde una corresponsabilidad en los ámbitos de la política no electoral, en los procesos electorales y en el social-comunitario.

Asumir adecuadamente nuestra condición ciudadana implica valorarnos políticamente, sabernos titulares de derechos y reconocernos como personas que pueden tener un peso y una influencia reales en las decisiones públicas; por eso, el objetivo de la lectura es hacer ver que la política es un asunto de todos.

Lo primero que debemos hacer como una sociedad participativa es detectar una mala gestión pública del gobierno y lograr que sea visible; ése es el punto inicial para que la ciudadanía recobre la confianza en que puede hacer algo por transformar las cosas, tomar medidas para erradicar las desigualdades y la discriminación, así como garantizar que toda la población cuente con las condiciones favorables para expresar sus opiniones, empe-

zando con la emisión de un voto libre y razonado, además de contar con la información indispensable para tomar decisiones y participar plenamente en la vida pública, ya que si bien la ciudadanía vota luego se olvida y piensa que con ese ejercicio concluye su participación, lo cual es un error, toda vez que la sociedad debe dar continuidad a su sufragio.

Se propone, pues, que la ciudadanía vigile la eficacia de la gestión de los políticos a través de mecanismos como la transparencia y la rendición de cuentas, aunados a otros controles que sirven de contrapeso a las decisiones públicas, como el plebiscito, el referéndum y la consulta popular. Si esto no fuera suficiente, la sociedad cuenta con los movimientos, las movilizaciones y las protestas, que, si bien no son formas convencionales de participación política, constituyen mecanismos de influencia y persuasión al poder público.

Lo segundo es devolverle al ciudadano el sentido de eficacia política, el entendimiento de que aquello que diga y haga tendrá algún impacto en la vida política de su comunidad o de su país. Este sentido de eficacia política está muy debilitado en México; un ejemplo es que cada vez votamos menos. Ante este escenario, es importante el involucramiento de la ciudadanía en la vigilancia de la preparación de los comicios, la promoción del sufragio y el monitoreo de candidatos, partidos y plataformas electorales. Estos controles tienen su efectividad en la emisión del voto, pero la sociedad no debe concluir con esta etapa su participación, sino que tiene que continuar con la evaluación del desempeño de las autoridades electas y el desarrollo de estrategias para incidir en las decisiones de gobierno y en la formulación de proyectos de ley. Se concluye, entonces, que debemos explorar fórmulas para que lo que decimos y hacemos tenga algún impacto.

Por último, se aborda el tema de la participación social y comunitaria, describiéndola como aquello que se realiza en el entorno inmediato para la búsqueda del bienestar colectivo, y abarca la satisfacción de necesidades, la mejora de la calidad de vida, la solución de problemas y el ejercicio de los derechos humanos; es decir, la comunidad se organiza frente a las adversidades para cooperar de manera comprometida con las instituciones del Estado o para demandar su actuación responsable.

Cuando nos demos cuenta de que como sociedad poseemos el poder para transformar, aunque sea en partes mínimas, aquello que nos molesta,

indigna o da rabia, incrementará la potencia de actuar, que es el tercer elemento que tenemos muy claro. Por eso, en el libro se nos dan muchas sugerencias prácticas de cómo sí se puede, porque otro aspecto importante en este proceso de reconstruir la participación de la ciudadanía es el sentido de esperanza; imaginarnos un futuro y trabajar por éste de manera responsable, tarea que como ciudadanos prácticos y comprometidos debemos asumir.



# Criterios para publicar en la revista del Instituto Electoral del Estado de México

## *Apuntes Electorales*

### Información general

*Apuntes Electorales* es una publicación del Instituto Electoral del Estado de México afín a los objetivos de éste de promover y difundir la cultura política democrática. El contenido de esta revista son artículos y ensayos originales derivados de investigaciones científicas, así como reseñas de libros, los cuales pueden ser abordados desde un enfoque local o internacional, histórico o contemporáneo, comparativo o de caso. Tiene una periodicidad semestral y está dirigida a académicos, investigadores y especialistas del área temática.

Es necesario que los trabajos postulados sean una aportación original del autor, como resultado de su propia labor de investigación. Por lo anterior, no se aceptarán contribuciones que hayan aparecido en otros medios impresos o digitales, ni los que estén propuestos o en proceso editorial en otra publicación. De tal manera que a los autores

que deseen colaborar en *Apuntes Electorales* se les solicitará firmar una carta en la que declaren cumplir con las condiciones anteriores.

Los trabajos podrán ser postulados en español o en inglés.

La revista se reserva el derecho de realizar la corrección de estilo y los cambios editoriales que considere necesarios, incluido el título, para publicar cualquier trabajo.

Las reseñas preferentemente deberán ser un análisis crítico de libros que aborden temas relacionados con el objetivo de la revista. Se dará prioridad a trabajos que reseñen libros con no más de tres años de haber sido publicados.

## Formato

Los trabajos deberán presentar las siguientes especificaciones:

- La página será tamaño carta.
- Se aceptarán trabajos con un mínimo de 25 cuartillas y un máximo de 40, en el mismo formato. Excepcionalmente, podrán admitirse artículos más extensos.
- En caso de tratarse de reseñas de libros, no podrán exceder de cinco cuartillas.
- El artículo deberá escribirse en letra arial de 12 puntos y a doble espacio.
- Las hojas deberán numerarse ininterrumpidamente.
- En hoja aparte se incluirán nombre del autor o autores, así como:
  - a) La institución donde laboran.
  - b) El país de la institución donde laboran.
  - c) Temas en los que se especializan.
  - d) Datos curriculares más importantes.
  - e) Correo electrónico.
  - f) Número telefónico.
  - g) Número de CVU del Conacyt, en su caso.
  - h) Nivel del SNI, en su caso.

- No se aceptarán dedicatorias.
- El título deberá ser descriptivo y se entregará tanto en español como en inglés.
- Es imprescindible entregar un resumen de la colaboración (*abstract*), que no deberá rebasar las 120 palabras, tanto en inglés como en español, y donde se aborden problema, objetivo, método y conclusiones.
- Incluir palabras clave tanto en inglés como en español (cinco en promedio).
- Las reseñas no deberán cumplir con los dos puntos anteriores.
- Las citas textuales largas (cuando sean 40 palabras o más) se escribirán sin comillas ni cursivas, en bloque independiente con sangría izquierda, a doble espacio y un punto más pequeñas que el resto del texto. Siempre se debe cotejar la transcripción contra la fuente para que no haya diferencias.
- Citación de las fuentes: tanto en paráfrasis como en cita textual se debe acreditar la fuente. Para fuentes impresas debe incluirse el apellido del autor, el año de publicación y el número de la página, todo entre paréntesis, por ejemplo (Carbonell, 2005, p. 68). Para fuentes electrónicas sin números de página se utilizará el número de párrafo; para las que no tengan numerados los párrafos, se indicará el título o subtítulo a partir del cual se contará el párrafo que se cite, ejemplos: (Myers, 2000, párr. 5) y (Beutler, 2000, Conclusiones, párr. 1).
- El autor debe comprobar que las referencias citadas en el texto coincidan con las fuentes mencionadas en la bibliografía y que la cita en el texto y su entrada en la bibliografía sean idénticas en su forma de escritura y en el año. Los autores son los responsables de toda la información de las referencias.

## Bibliografía

La bibliografía se incorporará al final del artículo, en orden alfabético por el apellido del primer autor, con los nombres sin abreviar y deberá contener exclusivamente las obras citadas en el cuerpo del texto y en las notas a pie de página.

Algunos criterios para ordenar la bibliografía son:

- Se alfabetizarán por artículos y preposiciones los apellidos que los tengan (Alejandro de Angelo se ordenará por la letra *d*).
- Cuando aparezcan varias obras de un mismo autor, se acomodarán en orden cronológico: de la publicación más antigua a la más reciente.
- Las entradas de un solo autor preceden a las de autor múltiple, que comiencen con el mismo apellido.
- Las referencias con el mismo autor (o con los mismos autores en el mismo orden) y mismo año se ordenan por el título (excluyendo artículos: un, una, el, la, etcétera); además, ya en orden, se agregarán letras minúsculas (a, b, c) después del año, dentro del paréntesis.
- Las asociaciones o dependencias gubernamentales se alfabetizan a partir de la primera palabra significativa del nombre oficial completo.

En cualquier caso, se tomarán los criterios establecidos en el *Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association*.\*

Los elementos que deben tener las referencias, su orden y los signos ortográficos a emplearse son, según los casos:

### 1. Un autor

Alanis Figueroa, María del Carmen (2015). *Fundamentos y aplicaciones del procedimiento especial sancionador en materia electoral* (serie Breviarios de Cultura Política Democrática núm. 25). Toluca, México: Instituto Electoral del Estado de México.

---

\* Aunque las convenciones del aparato crítico y la bibliografía para *Apuntes Electorales* están basadas en el sistema de la APA, las excepciones en su uso son las siguientes: no se abreviarán los nombres en las referencias; no se usará & sino y antes del último autor de cualquier referencia de varios autores; en las referencias citadas en el texto se usará *et al.* para obras de tres autores o más, con un solo apellido desde la primera vez que se cite (si no hubiere otra obra con la misma entrada en la bibliografía); para obras con tres o más autores, con la coma se indicará que el orden de los nombres se invirtió y se usará punto y coma para separar un nombre completo de otro; los títulos de materiales no publicados, artículos y títulos de tesis irán entre comillas; la abreviatura de *número* será *núm.*, las citas largas serán un punto más pequeñas que el resto del texto. Respecto a todo lo demás, el sistema de la APA es seguido.

## 2. Tres autores

Ávila Eggleton, Marcela; Cazarín Martínez, Angélica; y De la Peña Mena, Ricardo A. (Coords.) (2013). *Integridad y equidad electoral en América Latina*. México: Sociedad Mexicana de Estudios Electorales.

## 3. Artículo en un libro compilado por otro(s) autor(es)

Carrillo Werring, Erick (2015). “Nuevos desafíos de la democracia”. En Alfonso Ayala Sánchez (Coord.), *Nuevas avenidas de la democracia contemporánea* (pp. 193-210). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

## 4. Artículo de revista

Varela Martínez, Carolina (2015, julio-diciembre). “Aceptar el veredicto del árbitro: el último reto de la democracia electoral en México”. *Apuntes Electorales*, 53, 95-114.

## 5. Artículo de periódico

Pérez, Matilde (2016, 11 de marzo). “Las Socaps, alternativa para créditos rurales”. *La Jornada*, p. 10 Política.

## Tablas y figuras

Las tablas y las figuras (consideramos figuras: las gráficas, los mapas, los esquemas, las fotos y las ilustraciones) deberán numerarse, titularse e incluir su fuente correspondiente y, por las características de nuestra publicación, serán:

- En escala de grises.
- Legibles (que los símbolos o tonos de gris se distingan con facilidad unos de otros, que se expliquen todas las abreviaturas y que no tengan más de cinco series de datos).
- Pertinentes (que tengan relación inmediata con el artículo y lo complementen, es decir, que no necesiten explicaciones por demás ni que dupliquen información).

Además, en el texto habrá que referirse a las tablas y a las figuras por sus números.

## Dictamen

Todas las investigaciones originales serán seleccionadas en dos etapas. En la primera, el Comité Editorial revisará que se aborde la temática político-electoral; que sea una contribución pertinente, relevante y de carácter académico, y que se cumplan los criterios editoriales. Para esta etapa, cada característica obligatoria o de formato se validará con una lista de verificación; de no cumplirse los requisitos de estos criterios de manera adecuada, el trabajo no será aceptado, lo cual se le informará al autor. En caso de que el trabajo sea aceptable, pero necesite de modificaciones, será enviado al autor para que realice los cambios sugeridos.

En la segunda etapa, los trabajos serán dictaminados por dos especialistas en la materia y de distinta adscripción a la del autor. La evaluación se llevará a cabo por el sistema de pares académicos, bajo la modalidad de doble ciego, en el que se guardará el anonimato de autores y dictaminadores bajo la más estricta reserva.

El dictaminador emitirá un escrito en el que se exprese a favor de alguno de los siguientes criterios (con base en la contribución de la investigación al área de conocimiento, la coherencia entre los objetivos y la metodología, el rigor argumentativo, la actualidad de las fuentes de referencia y la originalidad):

- Aceptado
- Aceptado con cambios
- Condicionado
- No aceptado

En el caso de los trabajos condicionados, el autor estará obligado a hacer los cambios sugeridos; posteriormente, se enviará de nuevo al dictaminador que lo condicionó y, después de revisarlo por segunda vez, deberá determinar si el trabajo se acepta o no definitivamente. Cuando el resultado es “aceptado

con cambios”, el autor deberá realizar los cambios sugeridos por el evaluador, y el Comité Editorial será el encargado de revisar que se hayan realizado correctamente y en su totalidad.

La diferencia entre un resultado “condicionado” y uno “aceptado con cambios” es que, en el primero, el dictaminador considera que se deben hacer cambios de fondo, como la metodología, los resultados de la investigación, la pertinencia o relevancia del tema, entre otros. Los trabajos “aceptados con cambios” tienen observaciones menos profundas, como la falta de una referencia bibliográfica, errores de concordancia, verificación de datos, etcétera. En ambos casos el autor deberá enviar un documento aparte en el que indique los cambios que realizó, la página y el párrafo de cada modificación y aclare las dudas o los comentarios que haya hecho el dictaminador.

Cuando los dos primeros dictámenes sean discrepantes, el trabajo se mandará a un tercer dictaminador para determinar su aceptación o no. En todos los casos, los dictámenes serán inapelables.

Las reseñas sólo pasarán por la primera etapa de selección.

## Derechos de autor

*Apuntes Electorales* es una publicación periódica apegada al Acceso Abierto, entendido como la posibilidad de acceder al conocimiento financiado con recursos públicos de manera gratuita a través de una plataforma digital y sin requerimientos de suscripción. Por tal motivo, una vez que un trabajo ha sido aceptado para su publicación, el autor deberá firmar una carta de uso no exclusivo en la que otorgará el permiso a la revista para editar, reproducir, publicar y distribuir su obra (incluyendo textos, gráficos, tablas y figuras) en cualquier forma o medio físico y digital, para fines exclusivamente de difusión académica y científica, respetando en todo momento su autoría.

Asimismo, la revista pondrá a disposición de los autores la posibilidad del autoarchivo de la última versión de su obra publicada por ésta.

Los autores recibirán a vuelta de correo cinco ejemplares del número de la revista en la que aparezca publicado su trabajo.

*Apuntes Electorales* es una revista sin fines de lucro, por lo que sus ejemplares impresos y digitales se distribuyen de manera gratuita.

## Recepción

Los artículos y las reseñas deberán enviarse en formato digital, a través del gestor electrónico Open Journal Systems de *Apuntes Electorales*, a la dirección <http://aelectorales.ieem.org.mx>



# Publishing Guidelines for the IEEM Magazine *Apuntes Electorales*

## General Information

*Apuntes Electorales* is published by the Instituto Electoral del Estado de México (Electoral Institute of the State of Mexico) in accordance with its objectives of promoting and disseminating democratic political culture. The magazine offers both original articles and essays derived from scientific research and book reviews, focusing on local or international, historical or contemporary issues, or presenting comparative or case studies. It is published twice a year and targets academics, researchers, and specialists in the field.

Texts submitted must be an original contribution by the author, a result of his/her own research. Therefore, submissions that have appeared in other print or digital media, or that are being edited for another publication, will not be accepted. Authors who wish to contribute to *Apuntes Electorales* will therefore be asked to sign a statement to the effect that they comply with these conditions.

Works may be submitted in Spanish or English.

The magazine reserves the right to make style corrections and the editorial changes it considers necessary, including in the title, before publishing any work.

Reviews should preferably present a critical analysis of books dealing with issues relating to the magazine's aim. Priority will be given to reviews of books whose publication date is no more than three years old.

## Format

Manuscripts must be submitted using the following specifications:

- A page will be understood as letter size (8.5 x 11 in.).
- Articles will have a minimum of 25 pages and a maximum of 40 pages of this kind. Exceptions can be made for certain longer articles.
- Book reviews must not exceed five pages in length.
- The manuscript must be double spaced in 12-point Arial font.
- A separate sheet shall accompany the manuscript with the name of the author or authors, as well as :
  - a) The institution where he/she/they work;
  - b) The country where that institution is located;
  - c) Author's areas of specialization;
  - d) The most important points of his/her/their resume(s);
  - e) E-mail addresses;
  - f) Telephone numbers;
  - g) Conacyt CVU (National Council for Science and Technology resume) number, if applicable;
  - h) SNI (National System of Researchers) level, if applicable.
- Dedications will not be accepted.
- The title must be descriptive and will be published in both Spanish and English.

- The manuscript submitted must include an abstract not to exceed 120 words, both in English and in Spanish, covering the problem addressed, the objective, methodology, and conclusions.
- Reviews do not need to comply with the two foregoing points.
- Long quotations (40 words or more) shall be written without quote marks or italics, in free-standing block form with a left indentation, double-spaced, and in smaller type than the rest of the text. The transcription of the quote must always be checked against the source to avoid discrepancies.
- Source citation: Both for paraphrasing and literal quotations, the author must cite the source. For printed sources, please include the author's last name, year of publication, and page number in parentheses. For example: (Carbonnel, 2005, p. 68). For online sources without page numbers, use the paragraph number; for sources without numbered paragraphs, indicate the title or subtitle starting from which you count the number of paragraphs to the quote you are citing. Examples: (Myers, 2000, para. 5) and (Beutler, 2000, Conclusions, para. 1).
- The author must check that the references cited in the text coincide with the sources mentioned in the bibliography and that the bibliography entry accurately cites the source in terms of spelling and year. Authors are responsible for all the information included in the references.

## Reference List

The reference list will be placed at the end of the article, in alphabetic order by author's last name. Each entry will include the first author's last name, followed by his/her full, unabbreviated first name. The bibliography must contain only the works cited in the body of the text and footnotes.

Some guidelines for ordering the bibliography are as follows:

- Alphabetize last names with articles and prepositions included, by the article or preposition (ex.: Alejandro de Angelo would go under the letter "d.").

- When citing several works by the same author, put them in chronological order with the oldest publication first.
- Entries for a single author precede entries by multiple authors headed by the same writer.
- Sources by the same author (or by the same authors in the same order) for the same year are listed alphabetically by title (not taking into account articles such as “un,” “una,” “el,” “la,” “the,” “a,” or “an”); once in order, add lower-case letters (a, b, c) after the year.
- Associations or government institutions shall be alphabetized by the first significant word of their complete official name.

The criteria set out in the *Publication Manual of the American Psychological Association* will be used.<sup>1</sup>

The information to be included in the references cited, its order, and the punctuation to be used are as follows for each case:

### 1. *Single author*

Alanis Figueroa, María del Carmen (2015). *Fundamentos y aplicaciones del procedimiento especial sancionador en materia electoral* (Breviarios de Cultura Política Democrática Series, no. 25). Toluca, State of Mexico: Instituto Electoral del Estado de México.

### 2. *Three authors*

Ávila Eggleton, Marcela; Cazarín Martínez, Angélica; and De la Peña Mena, Ricardo A. (comps.) (2013). *Integridad y equidad electoral en América Latina*. Mexico City: Sociedad Mexicana de Estudios Electorales.

---

<sup>1</sup> Although the reference style and guidelines for the reference list are based on the APA system, some exceptions do apply: first names are not abbreviated in the reference lists; the ampersand (&) will not be used, but instead the word “and” before the name of the last author for any source with several authors; for references cited in the text in parentheses, the words “et al.” will be used for works with three authors or more, using a single last name the first time it is cited (unless another work has the same entry in the reference list); for works with three or more authors, a comma will indicate that the order of the names has been inverted and a semicolon will separate one complete name from another; the titles of unpublished materials, articles, and academic theses will be put between quote marks; the abbreviation of the word “number” will be “no.”; long quotations used in the work will be set in smaller type than the rest of the text. For all other cases, the APA style will be followed.

### 3. *Article in a book compiled by (an) other author(s)*

Carrillo Werring, Erick (2015). “Nuevos desafíos de la democracia.”<sup>2</sup> In Alfonso Ayala Sánchez (comps.), *Nuevas avenidas de la democracia contemporánea* (pp. 193- 210). Mexico City: Universidad Nacional Autónoma de México.

### 4. *Journal article*

Varela Martínez, Carolina (2015, July-December). “Aceptar el veredicto del árbitro: el último reto de la democracia electoral en México.” *Apuntes Electorales*, 53, 95-114.

### 5. *Newspaper article*

Pérez, Matilde (2016, March 11). “Las Socaps, alternativa para créditos rurales.” *La Jornada*, p. 10 Política.

## Tables and Figures

Tables and figures (we consider the following to be figures: graphs, maps, diagrams, photographs, and illustrations) must be numbered, titled, and include the source. Because of the characteristics of our publication, they must be:

- Calibrated in shades of grey.
- Legible. That is, the symbols or shades of grey must be easily distinguishable from one another; all abbreviations must be explained; and they must not include more than five series of data.
- Pertinent. That is, they must be directly related to the article and complement it and, therefore, must not duplicate information or require additional explanation.

In addition, the manuscript must refer to the tables and figures by number.

---

<sup>2</sup> Translator’s Note: Punctuation in U.S. English differs from punctuation in Spanish, among other things, in that it places periods and commas inside quote marks.

## Review

All original research will be selected in two stages. First, the Editorial Board will determine that the work does deal with the topic of politics-elections; that it is a pertinent, important academic contribution; and that the editorial criteria have been fulfilled. In this stage, each obligatory or format characteristic will be reviewed with a checklist. If these criteria are not met appropriately, the manuscript will not be accepted and the author will be notified accordingly. If the text is accepted but requires revision, it will be sent to the author for him/her to make the suggested changes.

In the second stage, texts will be reviewed by two specialists in the field from an institution different from that of the author(s). The double-blind peer review system will be used, maintaining the strictest anonymity of both authors and reviewers.

The reviewer will issue a statement expressing one of the following decisions (based on the research's contribution to the area of knowledge, consistency between objectives and methodology, rigor in argumentation, timeliness of reference sources, and originality):

- Accepted
- Accepted with revisions
- Conditioned
- Not accepted

In the case of conditioned texts, the author must make the suggested revisions. After that, the work will be returned to the reviewer who conditioned it, who, after examining it again, will determine if it will definitively be accepted or not. When the result is “accepted with revisions,” the author must make the changes suggested by the reviewer, and the Editorial Board will ensure that they have been fully and correctly made.

The difference between a “conditioned” and an “accepted with revisions” result is that, in the first case, the reviewer thinks major revisions must be made, such as in the methodology, the research results, or the pertinence or relevance of the topic, among others. Texts that are “accepted with revisions”

are marked as requiring more minor changes, such as completing a bibliographical reference, correcting inconsistencies, the need for data checking, etc. In both cases, the author must submit a separate document indicating the changes effected and the page and paragraph of each modification, and clearing up any doubts or comments that the reviewer may have expressed.

When the two reviews disagree, the text will be sent to a third reviewer to determine whether it will be accepted or not. In all cases, final reviews are not subject to appeal.

Book reviews will only be subjected to the first stage of the selection described above.

## **About Authors' Rights**

*Apuntes Electorales* is an open-access periodical; this means that, financed by public resources, it provides access to knowledge free of charge on a digital platform without subscription requirements. For this reason, once a work has been accepted for publication, the author must sign a letter of non-exclusive use, giving the magazine permission to edit, reproduce, publish, and distribute his/her work (including texts, graphics, tables, and figures) in any physical or digital form or medium exclusively for academic and scientific dissemination, always respecting his/her authorship.

The journal will also provide authors with the last version of their published work which they can use as they see fit.

Authors will receive by regular mail five copies of the issue of the magazine in which their article is published.

*Apuntes Electorales* is a not-for-profit publication and is therefore distributed free in both printed and digital form.

## Reception of Articles

Manuscripts of articles and reviews must be sent in digital form through the Open Journal Systems electronic manager for *Apuntes Electorales* at <http://aelectorales.ieem.org.mx>.



# Código de ética y buenas prácticas editoriales

El Comité Editorial y la Subjefatura de Documentación y Promoción Editorial del Centro de Formación y Documentación Electoral del IEEM cuentan con mecanismos que dan certeza y objetividad al proceso de publicación; además, su actuación se rige por la normatividad aplicable, un sistema de gestión de la calidad, así como por pautas de transparencia que permiten realizar un trabajo editorial de calidad y mantener el anonimato de dictaminadores y autores.

El proceso editorial implica la recepción, la revisión, el dictamen, la aceptación o el rechazo, la corrección de estilo, el diseño gráfico, el armado editorial, la impresión y la distribución de los materiales.

En las seis líneas editoriales del IEEM, *Apuntes Electorales*, Investigaciones Jurídicas y Político-Electorales, Breviarios de Cultura Política Democrática, Política Electoral Incluyente, *Gaceta Electoral* y Cuadernos de Formación Ciudadana, se publican materiales académicos y científicos, de colaboradores nacionales e internacionales, sobre temática político-electoral. Estas líneas se rigen bajo los preceptos de la normatividad electoral del Estado de México,

así como por los principios contenidos en el desarrollo de la investigación y la ciencia. El trabajo editorial de las mismas se apega a dichas normas y, además, al presente código de ética y buenas prácticas editoriales\* para garantizar a los lectores, los autores, el equipo de trabajo editorial y al propio Comité Editorial certeza y profesionalismo en la edición y la distribución de las publicaciones.

Este código aplica para el Comité Editorial, la Subjefatura de Documentación y Promoción Editorial, los autores, los evaluadores externos y todos aquellos que intervengan en el proceso editorial, por lo que su aceptación es condición para su correcta participación.

## La autoría

Al enviar cualquier trabajo para que se someta a consideración del Comité Editorial para su publicación, se entiende que los autores han leído y asumido los criterios editoriales, que dicho trabajo cumple con los mismos y que los remitentes están de acuerdo con el proceso de dictamen y selección de trabajos, así como con el procedimiento editorial subsecuente hasta la publicación.

Los escritos deben ser originales e inéditos (este punto contempla que tampoco hayan sido publicados de manera parcial, en otro idioma o país) y no deben ser enviados de manera simultánea a otras editoriales. En caso de incluir fotografías, cuadros, gráficos, tablas, diagramas, etcétera, deben contener la referencia correspondiente.

Al presentar un trabajo, los autores se comprometen a que cumpla con los requerimientos de honestidad académica y científica en la problematización, la argumentación, la hipótesis, el uso de metodologías, la interpretación, las conclusiones y en el empleo del aparato crítico al parafrasear o citar fuentes. En ese sentido, los autores asumen la responsabilidad de respetar los derechos de propiedad intelectual y de autor de terceras personas u organizaciones.

---

\* Para la elaboración de éste, se tomó como referencia: María Carmen Fonseca, Begoña Gutiérrez y Victoria Tur (2012, septiembre-octubre). "Ética de la publicación científica: iniciativas y recomendaciones". *El Profesional de la Información*, 5, 35-41.

El plagio, la omisión intencionada de la autoría de otras personas de parte o de la totalidad del trabajo, la copia literal o sustancial, la reproducción no autorizada de ideas, la falsificación de datos, la manipulación de citas y la autocitación frecuente se consideran malas prácticas, por lo que los autores deberán abstenerse de éstas.

Cabe destacar que los juicios y afirmaciones contenidos en los textos publicados son responsabilidad de los autores, por lo que el Instituto no los comparte necesariamente.

## **El dictamen**

Las líneas editoriales se abastecen de trabajos dictaminados bajo el sistema de doble ciego, en el que participan personas autorizadas por la normatividad vigente y el Comité Editorial para la revisión de los mismos. Esto implica el anonimato de autores y dictaminadores para garantizar objetividad y certeza en la selección de textos.

Al realizarse el procesamiento de los trabajos, quienes revisan y dictaminan deben hacer del conocimiento del presidente del Comité Editorial si existe conflicto de interés, duda o falta de especialización sobre los temas a revisar o dictaminar, con la intención de que se mantengan los estándares más altos de objetividad. Lo anterior incluso si durante el proceso de dictamen se han dado cuenta de la posibilidad de ver afectada su objetividad. En esa condición, se deben abstener de participar en cualquier etapa del proceso editorial.

Una vez que han aceptado, quienes revisan y dictaminan deben apegarse a la normatividad, al Código y a las buenas prácticas editoriales. Esto implica elaborar un juicio objetivo, específico y entendible para los autores, el Comité Editorial y el equipo editorial y de producción, que debe ser presentado por escrito (para esto se proporcionará a quien evalúe un formato de dictamen), y respetar los tiempos acordados.

El texto —sin el nombre, la filiación ni los agradecimientos— se pone a consideración del dictaminador. A los autores se les informa sólo sobre el resultado del dictamen, sin el nombre ni la firma de quien lo haya realizado.

## Resolución de incidencias

Si durante el proceso de edición algún integrante de la Subjefatura de Documentación y Promoción Editorial o del Comité Editorial comprueba que el autor incurrió en malas prácticas al elaborar su estudio, el Instituto estará en su derecho de tomar las medidas correspondientes a través del Comité Editorial u otros órganos facultados.



# Instituto Electoral del Estado de México

## Consejo General

Pedro Zamudio Godínez

**Presidente**

María Guadalupe González Jordan

Saúl Mandujano Rubio

Miguel Ángel García Hernández

Gabriel Corona Armenta

Natalia Pérez Hernández

Palmira Tapia Palacios

**Consejeros Electorales**

Francisco Javier López Corral

**Secretario Ejecutivo**

## Representantes de los partidos políticos

PAN	Iván Arturo Rodríguez Rivera
PRI	Eduardo Guadalupe Bernal Martínez
PRD	Javier Rivera Escalona
PT	Joel Cruz Canseco
PVEM	Esteban Fernández Cruz
MC	César Severiano González Martínez
NA	Efrén Ortiz Álvarez
MORENA	Ricardo Moreno Bastida
PES	Carlos Loman Delgado





## **Junta General**

Pedro Zamudio Godínez  
**Consejero Presidente**

Francisco Javier López Corral  
**Secretario Ejecutivo**

Víctor Hugo Cíntora Vilchis  
**Director de Organización**

Liliana Martínez Garnica  
**Directora de Participación Ciudadana**

Francisco Javier Jiménez Jurado  
**Director de Partidos Políticos**

José Mondragón Pedrero  
**Director de Administración**

Rocío Martínez Bastida  
**Directora Jurídico-Consultiva**

---

Jesús Antonio Tobías Cruz  
**Contralor General**

María Verónica Veloz Valencia  
**Jefa de la Unidad de Comunicación Social**

Juan José Rivaud Gallardo  
**Jefe de la Unidad de Informática y Estadística**

Igor Vivero Ávila  
**Jefe del Centro de Formación y  
Documentación Electoral**

Luis Samuel Camacho Rojas  
**Jefe de la Unidad Técnica de Fiscalización**

Mariana Macedo Macedo  
**Jefa de la Unidad Técnica para la  
Administración de Personal Electoral**





SCOPUS



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES, UAEM

# CONVERGENCIA

Revista de Ciencias Sociales

AÑO 23

NÚM. 72

SEP. - DIC. 2016

PUBLICACIÓN CUATRIMESTRAL

Alcances y límites del multiculturalismo liberal desde un enfoque de género interseccional  
Sabina García-Peter y Luis Villavicencio-Miranda

She-austeriy. Precariedad y desigualdad laboral de las mujeres en el sur de Europa  
Mercedes Alcañiz y Rosa Monteiro

Proyectos sociales. Notas sobre su diseño y gestión en territorios rurales  
Norma Baca-Távira y Francisco Herrera-Tapia

Desigualdades socioecológicas y sufrimiento ambiental en el conflicto "Polimetales" en Arica  
Mayarí Castillo-Gallardo

Interculturalismo quebequense: ¿versión del multiculturalismo canadiense o modelo con estructura institucional propia?  
Isabel Wences

Emprendedoras en el Occidente mexicano. La permeabilidad de los roles de género  
Carlos Alberto Santamaria- Velasco y Ignasi Brunet-Icart

Papel de las instituciones en los territorios subnacionales  
Gustavo Rodríguez-Albor, José Luis Ramos-Ruiz y Néstor Juan Sanabria-Landazábal

Atención socioeducativa y trastorno mental severo: la vivienda como base de intervención  
Omar García-Pérez, José Vicente Peña-Calvo y Susana Torio-López

Equivalencias y valor en procesos de reciprocidad e intercambio entre los mapuches  
Julio Tereucán-Angulo, Claudio Briceño-Olivera y José Gálvez-Nieto

Publicación del Centro de Investigación y Estudios Avanzados en Ciencias Políticas y Administración Pública, de la Universidad Autónoma del Estado de México.

<http://convergencia.uaemex.mx> • [www.redalyc.org](http://www.redalyc.org) • [revistaconvergencia@yahoo.com.mx](mailto:revistaconvergencia@yahoo.com.mx)

Telfax (722) 215 0494



## CONTENIDO

### Teoría y Debate

**Graciela Inda**

La cuestión Estado/luchas populares en Louis Althusser (1976-1978)

### Estado

**Hirineo Martínez Barragán**

Concesiones, explotación minera y conflicto en la frontera Jalisco-Colima

**Germán Espino Sánchez**

Gobernadores sin contrapesos. El control de los medios de comunicación locales como estudio de caso en Querétaro

### Sociedad

**Diego Quattrini y**

**Emilio José Seveso**

"Sostener la cara". Presentación social de beneficiarios de programas de empleo

**Gloria Esther Briceño Alcaraz**

Procesos de individualización en contextos culturales diferentes: los adolescentes en México y Alemania

**Ducange Médor**

¿Qué significa trabajar? Una aproximación a la visión de los *free-lance* sobre la actividad laboral

**Fredyd Torres Oregón y**

**Bruno Lutz**

Papel de la industria alimentaria y de la sociedad civil en los comedores comunitarios de SIN-HAMBRE. Casos de la Montaña y centro de Guerrero

## Reseñas

**Luis Rigoberto Gallardo Gómez**

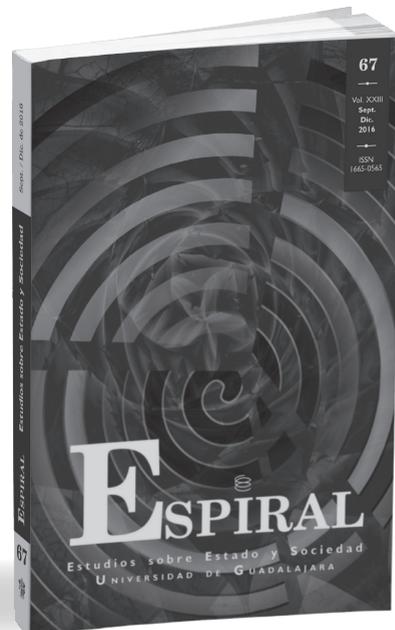
El desenvolvimiento identitario de la Acción Católica como comunidad de sentido

**David Velasco Yáñez, SJ**

Prácticas otras de conocimiento. Entre crisis, entre guerras.

**Moisés Garduño García**

BDS por Palestina. El boicot a la ocupación y el apartheid israelíes





# Gestión y Política Pública

VOLUMEN XXV NÚMERO 2 MÉXICO, D.F.  
SEGUNDO SEMESTRE DE 2016

## *Gestión y organización*

Irma Eréndira Sandoval Ballesteros

CORRUPCIÓN Y DESAFÍOS ORGANIZACIONALES  
EN UN MUNDO DE ASOCIACIONES PÚBLICO-PRIVADAS

## *Gestión y política pública*

Marlen R. Reyes-Hernández  
y Pablo Mejía-Reyes

CICLO POLÍTICO PRESUPUESTAL EN MÉXICO,  
1980-2014: UN ENFOQUE ECONOMÉTRICO

Verónica Figueroa Huencho

PUEBLOS INDÍGENAS Y POLÍTICAS PÚBLICAS:  
EL PROCESO DE FORMULACIÓN DE LA POLÍTICA  
INDÍGENA EN CHILE EN EL GOBIERNO DE EDUARDO  
FREI RUIZ-TAGLE, 1994-2000

## *Gestión regional y local*

Guillermo V. Alonso, Ricardo A. Gutiérrez  
y María Gabriela Merlinsky

FEDERALISMO Y POLÍTICAS MUNICIPALES  
EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE BUENOS  
AIRES: LOS DESAFÍOS DE ARTICULACIÓN  
INTERJURISDICCIONAL EN DOS CASOS DE ESTUDIO  
(AVELLANEDA Y SAN MARTÍN)

Juan Argáez

EL PAPEL MODERADOR DE LOS CONGRESOS  
LOCALES SOBRE EL CICLO POLÍTICO PRESUPUESTAL  
OPORTUNISTA EN LOS ESTADOS MEXICANOS

## *Experiencias relevantes*

María Teresa García-Álvarez y Blanca Moreno

LA LIBERALIZACIÓN EN LA INDUSTRIA ELÉCTRICA  
ESPAÑOLA: EL RETO DE LOGRAR PRECIOS  
COMPETITIVOS PARA LOS HOGARES

Gabriel Alcalde y Josep Burch

EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL DERECHO  
PRIVADO EN LA GESTIÓN DE LOS MUSEOS PÚBLICOS  
EN CATALUÑA

## *Posiciones e ideas*

Pan Suk Kim y Choong-Sik Chung

UNA REVISIÓN HISTÓRICA DEL DESARROLLO  
DEL GOBIERNO ELECTRÓNICO EN COREA DEL SUR

Jean-Baptiste Harguindéguy  
y José M. Echavarren

LA INSTITUCIONALIZACIÓN DEL ANÁLISIS  
DE POLÍTICAS PÚBLICAS EN ESPAÑA: UN CAMPO  
CIENTÍFICO DUAL

## *Estudios de caso para la docencia*

CONVOCATORIA



[www.gestionypoliticapublica.cide.edu](http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu)





# POLÍTICA

# y gobierno

## ARTÍCULOS

- SALVADOR VÁZQUEZ DEL MERCADO** ■ Discurso conflictivo en las elecciones mexicanas
- 
- SANTIAGO BASABE-SERRANO** ■ El impacto de la (in)estabilidad judicial  
**Y CAROLINA CURVALE** ■ en el crecimiento económico en América Latina:  
 Un análisis en perspectiva histórica
- 
- CRISTIAN PÉREZ-MUÑOZ** ■ ¿Cómo debe ajustarse el salario de los legisladores?  
**Y CRISTIÁN RUSTOM**

## NOTAS DE INVESTIGACIÓN

- ALEJANDRO TRELLES, MICAH ALTMAN,** ■ Datos abiertos, transparencia y redistribución  
**ERIC MAGAR Y MICHAEL P. MCDONALD** ■ en México
- 
- FLAVIA FREIDENBERG** ■ La selección de candidaturas presidenciales  
**Y TOMÁŠ DOŠEK** ■ en México: Una propuesta metodológica para medir  
 el nivel de democracia interna de los partidos

## ENSAYO BIBLIOGRÁFICO

- GILLES SERRA** ■ Comprar, coaccionar y desinformar al votante:  
 Problemas duraderos de la democracia mexicana

## DEBATE

- JENNIFER M. PISCOPO** ■ Capacidad estatal, justicia criminal y derechos  
 políticos: Nueva mirada al debate sobre la violencia  
 contra las mujeres en política
- 
- MONA LENA KROOK** ■ Violencia contra las mujeres en política: En defensa  
**Y JULIANA RESTREPO SANÍN** del concepto



**CIDE**



# Espacios Públicos



Revista de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México abre su convocatoria para la recepción de artículos, ensayos y reseñas de libros originales en español, inglés y portugués para ser publicados en los números 46 (mayo-agosto 2016), 47 (septiembre-diciembre 2016) y 48 (enero- abril 2017).

## Convocatoria

para  
la  
recepción  
de  
colaboraciones

2016-2017

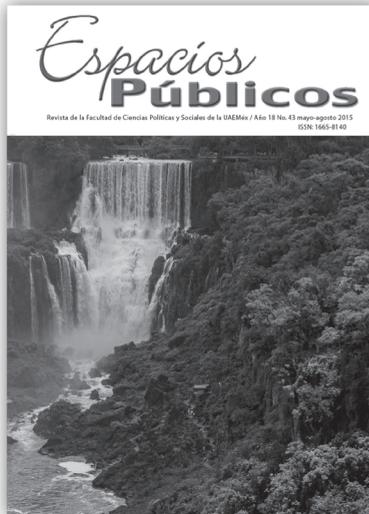
### Equipo editorial

Mtra. en Com. Ma. Cristina Reyes Montes  
Directora  
Lic. en Soc. Michel Mondragón Sánchez  
Asistente editorial



### Indizaciones

Espacios Públicos, se encuentra Indizada en Redalyc (Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal), Dialnet (Portal de difusión de la producción científica hispana), CLASE (Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades). Registrada en Latindex-Catálogo (Sistema Regional de Información en Línea para Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal), HELA (Catálogo Hemerográfico de Revistas Latinoamericanas), DOAJ (Directory Open Access Journal), Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura y Academic Journals Database.



Las colaboraciones deberán sujetarse a los **lineamientos** establecidos por la revista que se pueden consultar en la página web:

<http://politicas.uaemex.mx/espaciospublicos/>



**Recepción de manuscritos** estará abierta del 16 de noviembre 2015 al 30 de octubre de 2016 y se realizará a través del correo electrónico:

[revista.espacios.publicos@gmail.com](mailto:revista.espacios.publicos@gmail.com)

La cobertura temática:

**Temas relacionados con Ciencia Política y Administración Pública**



[revista.espacios.publicos@gmail.com](mailto:revista.espacios.publicos@gmail.com)



<https://www.facebook.com/EspaciosPublicos/>



<https://twitter.com/revespacios>



## **Centro de Formación y Documentación Electoral**

*Jefe del Centro*

Igor Vivero Ávila

*Subjefa de Documentación y Promoción Editorial*

Ana Lley Reyes Pérez

---

*Área de Promoción Editorial*

*Diseño editorial*

Jorge Armando Becerril Sánchez

María Guadalupe Bernal Martínez

*Editorial*

Tania López Reyes

Luther Fabián Chávez Esteban

Azálea Belem Eguía Saldaña

Marisol Aguilar Hernández

Isabel Núñez Garduño

Silvia Martínez García



- *Revista del Instituto Electoral del Estado de México, Apuntes Electorales* núm. 55, se terminó de imprimir en el mes de septiembre de 2016, en los talleres de Grupo Editorial Jano S. A. de C. V., ubicados en Sebastián Lerdo de Tejada pte. 904, esq. con Agustín Millán, col. Electricistas Locales.

La edición estuvo a cargo del Área de Promoción Editorial del Centro de Formación y Documentación Electoral del Instituto Electoral del Estado de México. Esta edición consta de 2000 ejemplares.

En la formación se utilizó la fuente *Adobe Caslon Pro*, diseñada por Carol Twombly, basada en páginas de muestra impresas por William Caslon entre 1734 y 1770.

Publicación de distribución gratuita



