



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

**Elección presidencial 2018 en México y
campañas negativas**

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS

PRESENTA:

Gustavo Rafael Ortiz Ramos

DIRECTORA DE TESIS:

Dra. Miriam Fonseca López

PUEBLA, PUEBLA

FEBRERO 2021

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO.....	6
1.1 PLANTEAMIENTO DEL TEMA	6
1.2 JUSTIFICACIÓN	6
1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	7
1.4 PREGUNTAS ESPECÍFICAS:	7
1.5 HIPÓTESIS	8
1.6 OBJETIVO GENERAL	8
1.7 OBJETIVOS PARTICULARES.....	8
1.8 MARCO TEÓRICO	8
1.9 METODOLOGÍA	14
1.10 MODELO DE EVALUACIÓN DE EVALUACIÓN DE SPOT DE CAMPAÑAS NEGATIVAS	16
1.11 CONCLUSIONES CAPITULARES	31
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	33
2.1 DEMOCRACIA.....	33
2.1.1 <i>Pueblo</i>	34
2.1.2 <i>Pueblo y poder</i>	37
2.1.3 <i>Opinión pública</i>	39
2.2 DEMOCRACIA REPRESENTATIVA	40
2.3 DEMOCRACIA ELECTORAL	46
2.4 PROCESO ELECTORAL	54
2.4.1 <i>Clasificación de las elecciones</i>	55
2.4.2 <i>Reglamentación básica de las elecciones</i>	58
2.5 CAMPAÑAS NEGRAS, NEGATIVAS Y OSCURAS.....	64
2.5.1 <i>Definición de campañas negativas, negras y oscuras</i>	71
2.5.2 <i>Características de las campañas negativas</i>	73
2.6 EL INTERNET EN LAS CAMPAÑAS POLÍTICAS	78
2.7 CONCLUSIONES CAPITULARES	79
CAPÍTULO III. MARCO JURÍDICO ELECTORAL EN MÉXICO	86
3.1 PROCESO ELECTORAL	86
3.2 REGULACIÓN ELECTORAL ACTUAL	97
3.3 CONCLUSIONES CAPITULARES	100
CAPÍTULO IV. MARCO CONTEXTUAL	107
4.2 INTRODUCCIÓN	107
4.2 MOVIMIENTOS SOCIALES EN MÉXICO	111

4.2.1 Antecedentes del 68	113
4.2.2 2 de octubre.....	120
4.3 CAMINO HACIA LA DEMOCRACIA	122
4.3.1 Surgimiento del PRD	125
4.3.2 Elección de 1988	125
4.3.3 EZLN.....	129
4.3.4 Colosio	131
4.3.5 Reformas al Distrito Federal, elecciones de 1996 y 1997	132
4.3.6 Elecciones del 2000, la alternancia.....	135
4.3.7 Campaña presidencial 2006, la continuidad.....	139
4.3.8 Campaña presidencial 2012, el retorno del PRI	143
4.3.9 Elección presidencial 2018, la llegada de un nuevo partido	147
4.4 CONCLUSIONES CAPITULARES	148
CAPÍTULO V. ESTUDIO DE CASO.....	154
5.1 CORPUS DE INVESTIGACIÓN.....	154
5.2 TIPO DE ATAQUE.....	158
5.3 ATAQUE DIRIGIDO A UN CANDIDATO	163
5.4 ATAQUE DIRIGIDO A UN PARTIDO POLÍTICO.....	165
5.5 ATAQUES RECIBIDOS POR PARTIDO POLÍTICO	167
5.6 TÁCTICAS EMPLEADAS EN LA REALIZACIÓN DEL ATAQUE	170
5.7 TIPOS DE APELACIÓN	173
5.8 FUENTES UTILIZADAS EN LA REALIZACIÓN DEL ATAQUE	174
5.9 INFORMACIÓN NEGATIVA UTILIZADA PARA REALIZAR EL ATAQUE.....	178
CONCLUSIONES	183
FUENTES CONSULTADAS	195
ANEXO. MODELO DE EVALUACIÓN DE SPOTS DE CAMPAÑA NEGATIVA.....	202

INTRODUCCIÓN

Con este trabajo se busca conocer si durante la campaña para las elecciones de presidente de la república de México se realizaron campañas negativas a través de *spots* difundidos en medios electrónicos, específicamente, en *YouTube*. Para lo anterior, se revisó la base de datos del canal de *Campaign and Elections México* en *Youtube*; los *spots* en cuestión, casi en su totalidad fueron lanzados como anuncios en dicha plataforma digital.

La importancia de esta investigación radica en que, al ser un evento reciente, aún no existen estudios sobre este tema en particular. Además, una elección presidencial es un hecho de vital importancia para la vida sociopolítica de un país, de esta depende su futuro, así como las decisiones, perspectivas y políticas que se tomaran para formar ese futuro.

Al ser el puesto de elección más importante a nivel nacional, los partidos políticos y sus candidatos buscan todo tipo de herramientas para lograr ganar la elección, buscar la forma en la cual, el contexto político sea favorable para ellos y a su vez, logre ser convincente para el electorado; muchos de estos recurren a las campañas negativas, las cuales se emplean en medios de comunicación, como anuncios de televisión, radio o internet, para persuadir al expectador.

Otra finalidad que también posee este trabajo es el análisis de los elementos de diseño de los *spots* que contenían elementos de campaña negativa que los partidos políticos emitieron; así como también, se observó si los elementos cumplían con la legislación electoral vigente.

Es importante conocer si hubo campañas negativas en dichas elecciones, ya que si las hay, se tienen que analizar para conocer también la calidad de la información que provee en el *spot*; conocer si es información útil o no para el electorado, si está aportando datos veraces que fomenten el debate público, así como identificar, si se trata de campaña negativa cuya única finalidad sea la persuasión y si ésta empieza a rozar con el límite de campaña negra.

Para realizar de forma adecuada el análisis de los *spots* se creó un modelo de evaluación de campañas negativas, esta herramienta ayudó a identificar de manera más rápida los elementos de campaña negativa y el tipo de información que

contenía cada uno de los *spots*. En el Marco Metodológico se explica cómo se creó este modelo de evaluación, cuáles son las variables e indicadores que lo conforman y cuál fue la evolución que tuvo.

Con la finalidad de lograr un trabajo de investigación completo, también se abarca en el Marco Teórico una breve recapitulación de conceptos relevantes para la investigación, que van desde la democracia hasta las campañas negativas, negras y oscuras, recuperándose las deficiones de autores relevantes de cada campo.

También, se habla del contexto sociopolítico contemporáneo en México, cómo se fue desarrollando desde los años cincuenta hasta la actualidad. En este se mencionan algunos de los movimiento sociales más emblemáticos que han ocurrido, como el 68, las elecciones presidenciales y otros sucesos que marcaron a la sociedad mexicana y su vida política. Lo anterior, se explica con mayor amplitud en el Marco Contextual.

De igual forma, en el Marco Jurídico se menciona de forma breve la legislación electoral actual, específicamente sobre las campañas, campañas negativas y su contenido, con la finalidad de observar la legalidad de los *spots* analizados. También, rápidamente se revisa el origen y evolución de la actual normatividad electoral, las reformas que se han hecho en estas materias y el contexto en el que se fueron gestando.

En el Estudio de Caso se presenta los datos obtenidos en el análisis de los *spots*, en este apartado se colocaron, por variable, los datos recabados, así como gráficas y tablas que apoyan la interpretación rápida de los datos presentados. El tratamiento cuantitativo de los datos obtenidos, ayudó a responder algunas de las preguntas de investigación como ¿cuántos *spots* fueron transmitidos por partido?, esta pregunta se responde a través de una tabla, la cual está ordenada por partido, indicando la cantidad de *spots* emitidos totales, *spots* emitidos con elementos de campaña negativa y *spots* emitidos sin elementos de campaña negativa.

CAPÍTULO I. MARCO METODOLÓGICO

1.1 Planteamiento del tema

Como plantea Sautu (2005), se comenzará discutiendo el contexto sociohistórico de México que fue un país que tuvo un solo partido en el poder durante décadas, el Partido Revolucionario Institucional, época que terminó en el año 2000 cuando este denominado régimen priísta vio su fin con la victoria de Vicente Fox. Antes de este triunfo, los opositores tenían realmente una muy poca o a veces nula oportunidad de ganar, hasta mediados de los años 80 otro partido pudo ganar alguna elección local y, ya en el 2000 fue cuando pierden su primera elección presidencial, ganando por primera vez el Partido Acción Nacional; aunque retomaron el poder en el año 2012 con Enrique Peña Nieto.

Durante todo este tiempo se utilizaron diferentes herramientas para poder preservar el poder, una de ellas fueron los medios de comunicación.

En las últimas décadas, fueron las televisoras las que más estuvieron participando en el proceso electoral, específicamente Televisa y TvAzteca beneficiando de alguna forma a alguno de los candidatos, a través de los *spots* de los partidos políticos, los que toman un papel muy importante ya que a través de ellos empiezan a tomar más influencia en el electorado mexicano.

Es importante de igual manera saber si se castigó a los partidos políticos en su momento por este tipo de acciones.

1.2 Justificación

Para entender mejor esta investigación es importante presentar las razones por las cuales se realiza el estudio. En primer lugar, se considera la trascendencia de este tipo de sucesos, ya que se trata de acciones de medios de comunicación que logran interferir en el proceso electoral de mayor relevancia en el país.

La trascendencia del tema también radica en el hecho de que la elección presidencial del año 2018 es un evento reciente sobre el que todavía no hay suficientes estudios realizados.

El objetivo del trabajo es importante porque se busca saber cómo los partidos políticos intentan cambiar el panorama electoral a través de los *spots* que se transmiten en los medios de comunicación, logrando posicionar de distintas formas a los candidatos participantes.

Este trabajo pretende estudiar los elementos de diseño de los *spots* de los partidos políticos emitidos a través de medios de comunicación (televisión y medios digitales) durante la elección presidencial del 2018, para indagar si pueden ser considerados como campaña negativa en contra de uno de los candidatos y si hubo alguna violación a la legislación electoral en el contenido de los mencionados *spots*.

Los principales partidos políticos de México durante los periodos de 1988 al 2018 que son Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Acción Nacional (PAN), (en su momento) Partido de la Revolución Democrática y, más recientemente Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), los que han sido actores dentro de los *spots* que se han producido tanto para televisión como para medios digitales.

1.3 Pregunta de investigación

¿Los partidos políticos crearon *spots* que pueden ser considerados como campaña negativa?

1.4 Preguntas específicas:

- ¿Cuántos *spots* fueron transmitidos por partido?
- ¿Los contenidos de los *spots* pueden ser considerados como campaña negativa?
- ¿La legislación electoral permite *spots* como los que fueron utilizados en la elección de 2018?
- ¿Qué características tienen los *spots* de campañas negativas y qué partidos o coaliciones de partidos las usaron?

1.5 Hipótesis

En la elección presidencial del 2018 se realizaron campañas negativas contra los candidatos que contendieron.

1.6 Objetivo general

- Conocer si durante la campaña presidencial 2018 los partidos políticos que compitieron realizaron campañas negativas a través de *spots*.

1.7 Objetivos particulares

- Identificar número de *spots* por partido.
- Identificar contenido de *spots*.
- Analizar los términos en los que la legislación electoral establece el diseño de campañas electorales.
- Analizar las características de los *spots* negativos usados por los partidos políticos y por las coaliciones de partidos.

1.8 Marco teórico

Esta investigación se centra exclusivamente en la elección presidencial de México de 2018, ya que es la elección más reciente que ha ocurrido razón por la cual aún no ha dado lugar a muchos trabajos de investigación.

La interrogante es, ¿los partidos políticos crearon *spots* que pueden ser considerados como campaña negativa? El objetivo es identificar los diferentes factores que contienen los *spots* para poder saber si, dichos *spots* que fueron transmitidos por televisión y medios digitales se pueden considerar como parte de una campaña negativa.

Como se ha dicho líneas arriba, se retoma a Sautú (2005), para quien es muy importante entender el contexto histórico para comprender los fenómenos sociales, así se mencionarán brevemente algunos antecedentes de dicha elección. Se comenzará hablando de la elección de 1988, muy conocida por el fraude que hubo en dicho momento por parte del partido oficial. También se dará seguimiento a cómo

el PRI logra mantenerse en el poder en 1988 y 1994, después cómo logra regresar en el 2012; además, cómo el PAN llega a la Presidencia en el 2000 y le da continuidad en la elección del 2006, así como los fenómenos mediáticos que llevaron consigo dichas elecciones.

En 1986, se transforma la composición de la entonces Comisión Federal Electoral, nuevas regulaciones electorales que permitían una mayor participación de la oposición en los propios procesos electorales y una mayor representación en la Cámara de Diputados.

El sexenio anterior venía cargado de problemas, entre ellos una de las peores devaluaciones que ha sufrido nuestro país en 1982. “La cual provocó una devaluación de 3,100% en el sexenio, la inflación creció 4,030%, el poder adquisitivo decreció 70%, el PIB per cápita se encogió 10%, las paraestatales se redujeron de 1155 a 413” (Granados, 2012, párr. 1).

Estás elecciones fueron un proceso único porque el partido oficial por fin se enfrentaba a verdaderos opositores. Ya que tenían en ese momento más fuerza que los opositores que en cualquier otro proceso anterior. Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, quien había renunciado al PRI en protesta con la postulación de Salinas y la política económica del gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado, se postula con la coalición Frente Democrático Nacional que era de izquierda, él sería el principal contrincante. Un poco más atrás se encontraba Manuel Clouthier Rincón, quién se postula por parte de Acción Nacional (Redacción, 2003).

La llamada caída del sistema sucedió cuando el candidato Cuauhtémoc Cárdenas llevaba una aparente ventaja sobre el candidato del PRI, Carlos Salinas de Gortari. El entonces Secretario de Gobernación y presidente de la Comisión Federal Electoral, Manuel Bartlett Díaz, anunció que los resultados electorales no podrían ser entregados inmediatamente, pues las líneas telefónicas se habían saturado; y a media noche el presidente del PRI, Jorge de la Vega Domínguez, declaró la victoria de Salinas de Gortari, “con las actas en la mano, según dijo” (Redacción, 2003).

Cuando los resultados se entregaron, se le otorgó el triunfo a Carlos Salinas de Gortari. Cuauhtémoc Cárdenas y la oposición desconoció este resultado y demandó la anulación de las elecciones, realizando multitudinarias manifestaciones que no pudieron impedir la declaración de Salinas como presidente electo en la Cámara de diputados, donde el PRI tenía una ventaja de apenas 20 por ciento frente al conjunto opositor.

Como resultado de este suceso se forma el Partido de la Revolución Democrática (Redacción, 2003).

También los medios de comunicación tuvieron un papel fundamental en dicha elección. Interviniendo de forma conveniente a favor del partido y candidato oficial. Pero fue Televisa quien tuvo una espectacular participación en las elecciones, antes de ella tuvo como campaña central denostar no solo a Cuauhtémoc Cárdenas sino también a Don Lázaro, su padre y ex presidente de México, liderando una campaña para hundir al candidato de oposición. Todavía el día de la elección se transmitió una entrevista con Carlos Salinas de Gortari en horario familiar y después de las elecciones, Televisa, se dedicó a dar sus propios resultados, aunque no coincidieran con los de la Secretaría de Gobernación. Esta fue la primera elección donde una televisora se centró en favorecer a un candidato y perjudicar a otro (Krieger, 1990).

Televisa volvió a ser el eje de las protestas que encabezaron los candidatos de la oposición Cuauhtémoc Cárdenas y Manuel J. Clouthier.

Hay que recordar también que, en 1986, el *neopanismo* que surgió en las elecciones de Chihuahua, con Francisco Barrio como candidato a gobernador, protagonizó una serie de protestas contra Televisa por la cobertura noticiosa sesgada y tendenciosa sobre el verano electoral de ese año. Llamaron a un boicot contra la empresa que dirigía Emilio Azcárraga Milmo (Ortega, 2010).

Emilio Azcárraga Jean llegó en 1997 a dirigir la empresa con una promesa: “los compromisos de mi padre no son los míos” y “Televisa se va a abrir a todas las opciones”. Tratando de romper con todos los estigmas que llevó durante mucho tiempo su padre y la empresa que dirigía (Villamil, 2012, párrafo 9).

Ya en la elección del 2000, en el cambio de milenio, se esperaba la continuidad del partido oficial. Los candidatos fueron Vicente Fox Quezada por la coalición “Alianza por el Cambio”, Francisco Labastida Ochoa por el Partido Revolucionario Institucional y nuevamente Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano por la coalición “Alianza por México”.

Fueron las primeras elecciones donde se empiezan a transformar las campañas en “espectáculos” televisados. Donde los demás partidos entran al juego de las televisoras (Villamil, 2012).

Como menciona el artículo Campañas Negativas del 2000 y 2006 en México, “México arribó a las elecciones de 2000 en un escenario de alta competitividad interpartidista favorecida por la reforma electoral de 1996 que permitía un acceso permanente de los partidos políticos a los medios de comunicación y fundamentalmente el establecimiento de la prevalencia del financiamiento público por sobre otros recursos para que los partidos políticos llevaran a cabo sus actividades” (Pérez, 2014, p.99). Por ello, se tenía mayor expectativa en este proceso electoral.

De acuerdo con la autora (Pérez, 2014), la campaña negativa del PAN se dirigió hacia la dimensión moral e histórica del partido político de su oponente (PRI), más que hacia su candidato. La campaña negativa del PRI se dirigió hacia la dimensión moral del candidato opositor, (Vicente Fox de Alianza por el Cambio) y su respectivo comportamiento durante el proceso electoral. En ambos casos hubo ataques hacia las capacidades técnicas de los candidatos y sus historias biográficas.

Al cierre de la campaña electoral, el PAN recurrió a la contratación de promocionales con artistas, como Chespirito y algunos futbolistas con el mensaje de que Vicente Fox representaba el verdadero cambio, con la intención de polarizar el voto entre "tradición" y "continuidad". Este dato es revelador ya que, para la elección presidencial del 2006, el uso de lo que aquí fue un recurso de cierre de campaña constituyó el inicio de esta (Villamil, 2012).

Como se sabe, Fox Quesada gana dichas elecciones con la coalición, gana con un 42.52%, seguido por Francisco Labastida que obtuvo el 36.11% y más atrás Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano con el 16.64% (IFE, 2000).

Casi al finalizar su sexenio, Fox aprueba la llamada “Ley Televisa”. En opinión de sus detractores, la ley consagra la desregulación del espectro digital en favor del duopolio mediático mexicano formado por Grupo Televisa y TV Azteca (Villamil, 2012).

A continuación, se aborda la elección presidencial del 2012 en la que los candidatos principales fueron Enrique Peña Nieto por la coalición “Compromiso por México”, Andrés Manuel López Obrador por la coalición “Movimiento Progresista” y Josefina Vázquez Mota por el Partido Acción Nacional.

Estas elecciones fueron caracterizadas por el impacto mediático que tuvieron sus candidatos. En especial el candidato del PRI, Enrique Peña Nieto que tuvo un abuso con la excesiva cantidad de spots y por los movimientos que se generaron en redes sociales en su contra.

Durante este proceso electoral, hubo una revelación por parte de *The Guardian* donde se fundaba en una serie de documentos consultados por el diario británico y entrevistas de gente relacionada a la unidad de Televisa. Revelaba que Televisa puso en marcha una unidad secreta para impulsar el triunfo de Enrique Peña Nieto, el candidato del PRI. En su momento, y mucho antes de que *The Guardian* publicará su comunicado haciendo precisiones a su reportaje, Televisa declinó hacer comentarios sobre la investigación del diario británico, aunque negó la posibilidad de haber favorecido al PRI y Peña Nieto. Esta no fue la única vez que *The Guardian* dio cuenta de una aparente campaña de Televisa para favorecer a Peña Nieto. Durante el mismo junio de 2012, hizo públicos otro grupo de documentos que detallaban una presunta venta de espacios y cobertura favorable a varios políticos mexicanos, entre ellos Peña Nieto. Además, la revelación también documentaba una campaña detractora en contra del principal aspirante de la oposición, Andrés Manuel López Obrador (Redacción, 2016).

Durante esta campaña electoral también tuvo lugar el movimiento YoSoy132, es un movimiento ciudadano conformado en su mayoría por estudiantes de educación superior en México, tanto de instituciones públicas como privadas que busca, entre otras demandas, la democratización de los medios de comunicación y la cobertura en cadena nacional del segundo debate entre los candidatos a la Presidencia de México, además de la organización de un tercer debate. El nombre YoSoy132, se refiere principalmente, pero no exclusivamente, al auto afiliación y apoyo al movimiento como el miembro número 132 tras la publicación de un vídeo con 131 estudiantes ejerciendo su derecho de réplica en la Universidad Iberoamericana durante una conferencia del entonces candidato Enrique Peña Nieto. Las protestas realizadas en contra del entonces candidato a la Presidencia de México Enrique Peña Nieto han sido un detonante que ha puesto en marcha una cadena de manifestaciones que se han unido a este movimiento. A pesar de lo declarado en el Manifiesto YoSoy132, en la práctica, no es claro cuántos movimientos han sido ya incluidos, por ejemplo #MarchaAntiEPN. Este movimiento también es llamado La Primavera Mexicana (Torres, 2012).

La comisión de vigilancia ciudadana del movimiento #YoSoy132 informó que hasta el 3 de julio de 2012 habían sistematizado mil 100 casos de presuntas irregularidades. Denunciaron que en algunos lugares policías robaron urnas y se presentaron balaceras, reportaron casos muy extremos de que secuestraron a representantes de casilla (Poy, 2012).

A pesar de todo lo anterior e ir en contra de las consultas, Peña Nieto gana la elección. Como presidente el gasto en publicidad durante el gobierno de Enrique Peña Nieto ya es histórico. Se trata del mayor gasto en promoción que se conozca desde que existen registros. Según Proceso, los principales beneficiarios son apenas cuatro empresas: Televisa, TV Azteca, Radio Fórmula y El Universal (Rodríguez, 2017).

La organización ciudadana Fundar publicó un informe con un balance preliminar, la cifra ya asciende a 37 mil 735 millones de pesos, considerando sólo hasta el mes de junio del 2017. Las cuatro empresas mencionadas han acaparado

la tercera parte de los recursos destinados a difundir actividades y programas de gobierno, con Televisa en primer lugar: de 2013 a diciembre 2014, la empresa de Emilio Azcárraga sumó contratos por el orden de seis mil 190 millones de pesos, cifra que representa 17.07% de lo gastado (Villamil, 2012).

1.9 Metodología

El protocolo que se presenta es de naturaleza cualitativa. Es importante definir qué es una investigación de este tipo; según (Álvarez-Gayou, 2014), “La investigación cualitativa es el procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficas e imágenes para construir un conocimiento de la realidad social, en un proceso de conquista-construcción-comprobación teórica desde una perspectiva holística, pues se trata de comprender el conjunto de cualidades interrelacionadas que caracterizan a un determinado fenómeno. La perspectiva cualitativa de la investigación intenta acercarse a la realidad social a partir de la utilización de datos no cuantitativos (...). El término cualitativo implica un énfasis en los procesos y en los significados que no son rigurosamente examinados u medidos en términos de cantidad, intensidad o frecuencia” (Álvarez-Gayou, 2014, párrafo 11).

Esto debido a que se analizan diferentes realidades tratando de encontrar la mayor cantidad de cualidades posibles en un fenómeno en específico, para entender de mejor forma dicho fenómeno, en este caso son los *spots* relacionados con campañas negativas en las elecciones del 2018. Se trata también de una investigación cuyo alcance es descriptivo, ya que se va a constatar si los partidos políticos utilizaron *spots* con las características de una campaña negativa durante el proceso electoral presidencial 2018.

Se analizarán los 300 *spots* emitidos en televisión y en medios digitales como *Youtube* y *Facebook*. Los videos se encuentran en el sitio de *Youtube* en el canal denominado *Campaigns and Elections*.

Para este trabajo es importante saber qué es una campaña negra, para no confundirla con las campañas oscuras. La propaganda o campaña negra, según su definición más purista, es aquella de la que no puede precisarse su origen verdadero (Saldaña & Cortés, 2013). Para tener más claro cómo poder identificar una campaña negra hay que conocer sus características que son las siguientes:

- “No forma parte de la fuente oficial de la organización política, económica o social que sea directamente beneficiada por la acción de ese tipo de propaganda o campaña.
- Está dirigida a la población menos culta, educada y preparada de la sociedad, ya que se alimenta de la ignorancia para incrementar su poder.
- Tiene fecha de inicio y término.
- No pretende aniquilar al partido político, candidato o alianza que se considere adversario del propagandista o beneficiado de éste.
- Generalmente trabaja en los medios masivos de comunicación.
- El dinero destinado para la campaña generalmente se cancela al término del proceso electoral” (Saldaña & Cortés, 2013, P. 5).

Aunque la campaña oscura trabaja con los mismos elementos de la campaña negra, ésta busca la maximización del daño, más allá de cualquier proceso electoral. “Su interés central está en destruir a la persona, organización o partido en cuestión, por lo que el plazo para ellos va más allá de las semanas que los distintos organismos electorales autorizan para la promoción de los candidatos inscritos en dichas contiendas” (Saldaña & Cortés, 2013, p. 5).

Por último, es de vital relevancia definir y conocer cómo funcionan las campañas negativas. “Más que ocuparse de remarcar virtudes del candidato apunta a resaltar los defectos del adversario: un candidato no realza sus elementos propios positivos, sino que destaca lo negativo que representa el oponente (...). Es la manifestación de un argumento político, que puede ser tanto verdadero como falso, que trata de

poner en duda la aptitud de un candidato para el cargo que pretende” (García, V., D’Adamo, O & Slavinsky, G, 2005, p. 211).

Y aunque se ha demostrado que la efectividad de las campañas negativas es mayor a comparación de las positivas, las negativas crean mayor impacto en los perceptores, también tiene efectos no favorables. Uno de ellos es que la utilización de tácticas negativas podría llevar a que la opinión pública se forme evaluaciones negativas tanto de oponente como de quien las pone en marcha, aumentando la antipatía hacia los políticos. (García, 2005).

1.10 Modelo de evaluación de spot de campañas negativas

García y D’Adamo (2013) sugieren una serie de variables con sus respectivos indicadores, con los cuales se logra identificar qué tipo de campaña negativa es la que se presenta, para este trabajo es información útil que ayudará a determinar si alguno de los *spots* por analizar es o no parte de una campaña negativa, los variables mencionados por los autores son ocho y cada uno contiene diversos indicadores.

La primera variable es la de tipo de ataque, la cual contiene tres variables, 1) Calidad del ataque, la cual puede ser ataque simple (solo se menciona lo negativo del contrincante) o ataque comparativo (también se hace una crítica a través del contraste); 2) Explicitud del ataque, puede ser ataque explícito (se menciona al o los atacados) o por otro lado, ataque implícito (no se menciona); 3) especificidad del ataque, se puede distinguir entre ataque específico (un candidato, partido político, dirigente o gobierno en particular) y ataque generalizado (candidatos, partidos, gobiernos en general) (García y D’Adamo 2013).

La segunda variable es ataque dirigido a un candidato (no siempre se cuenta con esta variable), los indicadores pertenecientes a esta variable son 1) ataque a sus características o cualidades personales, 2) ataque a su trayectoria, 3) ataque a sus propuestas, 4) ataque a su posicionamiento ideológico, 5) ataque a su asociación con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores.

La tercera variable es ataque dirigido a un partido político (también esta variable podría estar ausente) contiene cinco indicadores, 1) ataque a los dirigentes del partido, 2) ataque a las actuaciones pasadas del partido, 3) ataque a propuestas del partido, 4) ataque a la ideología del partido y 5) ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores.

Cuarta variable es tipo de apelación utilizada en el ataque, sus indicadores son 1) apelación lógica (ataque mediante información verídica para sostener sus argumentos), 2) apelación emocional (utiliza elementos que despiertan emociones y sentimientos negativos) y 3) apelación ética (se pone en juicio la integridad del gobierno, partido político, candidato o alguna persona relacionada).

La variable cinco refiere a la fuente que realiza el ataque, sus indicadores son 1) un sustituto del candidato (cualquier ciudadano o persona pública), 2) el candidato opositor, 3) otro candidato o rival político, 4) una voz en *off*, 5) el vocero del candidato o partido político y 6) otras fuentes.

La sexta variable es tácticas empleadas en la realización del ataque, sus variables son 1) identificación contaminante (crea una relación entre uno, varios o todos los candidatos de oposición y los elementos negativos, las cuales pueden ser símbolos, políticas o personas); 2) comparación (al contrincante se le presenta como todo lo negativo y a lo propio lo positivo); 3) apelación a las emociones negativas (crear una conexión entre el contrincante con los elementos que evoquen miedo, temor o enojo); 4) acusar al oponente de camaleón (hacer acusaciones al contrincante de ser alguien dispuesto a adaptarse únicamente para ganar la elección); 5) testimonial negativo (presentar una persona que no cuente con la simpatía de la opinión pública apoyando al oponente y sus ideas); 6) implicaciones e insinuaciones (hacer alusión implícita de hechos o ideas que dañen al contrincante); 7) asociación o yuxtaposición (presentar contiguamente dos elementos que no se relacionan entre sí para que el espectador suponga que sí lo están); 8) manipulación y tergiversación de la información (alteración de la verdad e interpretar de forma sesgada la información), puede tener diversas variantes como factoides (aseveración de hechos negativos relacionados con el contrincante sin

evidencia alguna), manipulación de estadísticas (interpretación de forma conveniente la lectura de estadísticas), verdad a medias (aseveración que no es totalmente verdadera) y falsas analogías (afirmar que A es igual a B, cuando no es así); 9) estereotipación del rival (utiliza imágenes relacionadas con lo negativo de los oponentes), la cual tiene variantes como chivo expiatorio (culpar al adversario por todo lo malo) y demonizar al oponente (dejar ver al opositor como malo, inhumano); 10) ridiculización (burla o sátira); 11) *backfire* (usar palabras o imágenes propias de un candidato contra él); 12) interpelación unilateral (hacer cuestionamientos a un rival que está ausente en ese instante, puede ser llevada a cabo por protagonistas anónimos o por protagonistas públicos); 13) reencuadre (modificar el significado o contexto de un hecho o situación para su interpretación y 14) si existiera alguna otra táctica, especificar su funcionamiento (García y D'Adamo 2013).

La séptima variable es la de procedencia de la campaña negativa, sus indicadores son: 1) proviene del partido en el gobierno y 2) proviene de partidos o miembros de oposición.

Finalmente, la octava variable es sobre el tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque es: 1) irrelevante o inútil para el debate público (información sin verificar, engañosa o falsa, su fin es la calumnia) y relevante o útil para el debate público (proporciona información veraz y relevante, en su mayoría negativa, promoviendo el debate público) (García y D'Adamo 2013).

A continuación, se muestra la primera versión de la tabla de evaluación de *spots* vacía (Tabla 1), con la finalidad de señalar como sería su llenado, en qué lugar ocuparían las variables, indicadores y sus tipos, así como también otros datos del *spot* a analizar.

Tabla 1

Primera versión de tabla de evaluación muestra1

Nombre del <i>Spot</i>			Partido o coalición
URL			
Variable 1	Indicador 1	Tipo 1	
	Indicador 2	Tipo 2	
	Indicador 3	Tipo 3	
Variable 2 (tiene 5 indicadores)	Indicador 1		
Variable 3 (tiene 5 indicadores)	Indicador 1		
Variable 4 (tiene 4 indicadores)	Indicador 1		
Variable 5 (tiene 6 indicadores)	Indicador 1		
Variable 6 (tiene 14 indicadores)	Indicador 1	Tipo1	
Variable 7 (tiene dos indicadores)	Indicador 1		
Variable 8 (tiene dos indicadores)	Indicador 1		

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 2 se muestra como podría ser el llenado de la tabla, señalando todas las variables, indicadores y tipos que se explicaron anteriormente; con el objetivo de explicar de forma más detallada y específica su posible llenado o uso, dependiendo del tipo de *spot* que se esté analizando.

Tabla 2

Primera versión de tabla de evaluación muestra 2

Nombre del <i>spot</i>			Partido o coalición
URL			
Variable	Indicador	Tipo	
Tipo de ataque	Calidad del ataque	a) Ataque simple b) Ataque comparativo	
	Explicitud del ataque	a) Ataque explícito b) Ataque implícito	
	Especificidad del ataque	a) Ataque específico b) Ataque generalizado	
Ataque dirigido a un candidato	1) Ataque a sus características o cualidades personales 2) Ataque a su trayectoria 3) Ataque a su posicionamiento ideológico 4) Ataque a su asociación con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores		
Ataque dirigido a un partido político	1) Ataque a los dirigentes del partido,		

	<ul style="list-style-type: none"> 2) Ataque a las actuaciones pasadas del partido, 3) Ataque a propuestas del partido, 4) Ataque a la ideología del partido y 5) Ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores. 		
Tipo de apelación utilizada	<ul style="list-style-type: none"> 1) Apelación lógica 2) Apelación emocional 3) Apelación ética 		
Fuente que realiza el ataque	<ul style="list-style-type: none"> 1) Un sustituto de candidato 2) El candidato opositor 3) Otro candidato o rival político 4) Una voz en <i>off</i> 5) El vocero del candidato o del partido político 6) Otras fuentes 		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	<ul style="list-style-type: none"> 1) Identificación contaminante 2) Comparación 3) Apelación a las emociones negativas 	Del indicador 8 hay variantes: <ul style="list-style-type: none"> a) Factoides b) Manipulación estadística 	

	<p>4) Acusar al oponente de camaleón</p> <p>5) Testimonial negativo</p> <p>6) Implicaciones e insinuaciones</p> <p>7) Asociación o yuxtaposición</p> <p>8) Manipulación y tergiversación de la información</p> <p>9) Estereotipación del rival</p> <p>10) Ridiculización</p> <p>11) <i>Backfire</i></p> <p>12) Interpelación unilateral</p> <p>13) Reencuadre</p> <p>14) Si existiera alguna otra táctica, especificar su funcionamiento</p>	<p>c) Verdad a medias</p> <p>d) Falsas analogías</p>	
Procedencia de la campaña negativa	<p>1) Partido en el gobierno</p> <p>2) Partidos o miembros de la oposición</p>		
Tipo de información negativa que se	<p>1) Irrelevante o inútil para el debate público</p>		

utiliza para realizar el ataque	2) Relevante o útil para el debate público		
---------------------------------	--	--	--

Fuente: elaboración propia.

Evolución de modelos de evaluación de *spot* de campaña negativa

En la primera versión se puede observar que es el mismo modelo que las dos tablas anteriores pero vacía, se consideró importante incluirlo de esta forma para señalar como sería este sin las explicaciones anteriores de cómo podría ser llenada.

Tabla 3

Versión 1 de modelo de evaluación vacía

Nombre del Spot		Partido o coalición	
URL			
Variable	Indicador	Tipo	Fecha
Tipo de ataque	Calidad del ataque		
	Explicitud del ataque		
	Especificidad del ataque		
Ataque dirigido a un candidato			
Ataque dirigido a un partido político			
Tipo de apelación utilizada			
Fuente que realiza el ataque			
Tácticas empleadas en la realización del ataque		Tipo 1 (indicador 8)	
Procedencia de la campaña negativa			
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque			

Fuente: Elaboración propia.

Para la segunda versión del modelo de evaluación (Tabla 4) se decidió poner la fecha exactamente en la casilla en donde se encontraba la palabra “Fecha” en la primera tabla, esto fue para ahorrar espacio y poder maximizar el uso de una columna completa. También se planeó introducir el partido político o coalición donde inicialmente se encontraba la palabra “Partido político o coalición” en el primer modelo.

Tabla 4

Versión 2 de modelo de evaluación vacía

Nombre del Spot			
Partido o coalición			
URL			
Variable	Indicador	Tipo	
Tipo de ataque	Calidad del ataque		
	Explicitud del ataque		
	Especificidad del ataque		
Ataque dirigido a un candidato			
Ataque dirigido a un partido político			
Tipo de apelación utilizada			
Fuente que realiza el ataque			
Tácticas empleadas en la realización del ataque		Tipo 1 (indicador 8)	
Procedencia de la campaña negativa			
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque			

Fuente: Elaboración propia.

En la tercera versión se eliminó una columna, como se muestra en la Tabla 5, ya que no se encontró una utilidad para mantenerla. Se movió el apartado de partido o coalición, al igual que la fecha, que pasó a estar en la parte superior derecha.

Tabla 5

Versión 3 de modelo de evaluación vacía

Nombre del Spot		
Partido o coalición		
URL		
Variable	Indicador	Tipo
Tipo de ataque	Calidad del ataque	
	Explicitud del ataque	
	Especificidad del ataque	
Ataque dirigido a un candidato		
Ataque dirigido a un partido político		
Tipo de apelación utilizada		
Fuente que realiza el ataque		
Tácticas empleadas en la realización del ataque		Tipo1 (indicador 8)
Procedencia de la campaña negativa		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque		

Fuente: Elaboración propia.

Este es el modelo de evaluación final (Tabla 6). Al iniciar el análisis de los *spots* se logró observar que se necesitaba agregar más información sobre las características del anuncio, así como detalles de las variables, por lo que se decidió agregar una nueva columna para colocar la descripción de las variables utilizadas. Finalmente, en la parte inferior se agregó una fila para la conclusión de cada uno de los *spots* analizados.

Tabla 6

Versión final de modelo de evaluación vacía

Nombre del Spot			
Partido o coalición			
URL			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque		
	Explicitud del ataque		
	Especificidad del ataque		
Ataque dirigido a un candidato			
Ataque dirigido a un partido político			
Tipo de apelación utilizada			
Fuente que realiza el ataque			
Tácticas empleadas en la realización del ataque		Tipo1 (indicador 8)	
Procedencia de la campaña negativa			
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque			
Conclusión			

Fuente: Elaboración propia.

1.11 Conclusiones capitulares

La construcción del estudio de caso fue compleja; primero, se identificó que elementos podría ser característicos de una campaña negativa dentro de un *spot*, posteriormente se buscó en diferentes fuentes e incluso también se buscó algún cuadro o herramienta que algún autor propusiera para lograr la identificación de dichos elementos: Una vez concluido lo anterior, de las fuentes consultadas se seleccionó la información más útil para la construcción de un modelo que permitiera identificar algunas de las características de campaña negativa en los *spots*; se utilizó sobretodo información de García & D'Adamo (2013) sobre su propuesta de matriz para el análisis de las campañas negativas, de la cual se basó buena parte de los indicadores que se usaron en el modelo, y también de las características de campaña negativa propuestas por Pérez De la Fuente (2014). La mayor parte de los indicadores y variables se basaron en el trabajo de García & D'Adamo (2013), algunos de Pérez de la Fuente (2014). Con lo anterior, se hizo la primera propuesta de modelo, con la cual se empezó a analizar algunos *spots* y se vio que se necesitaban nuevos indicadores, así como también agregar nuevos apartados sobre la información del anuncio que se estaba analizando; algunos indicadores que se agregaron para adaptarlos a las necesidades del trabajo, como lo fueron la fecha de emisión y URL del anuncio analizado. Conforme se iba avanzando con el análisis se crearon diferentes propuestas de indicadores que pudieran concentrar toda la información relevante de forma sintetizada; como el indicador de descripción, en el cual se hacía una breve referencia de cómo se presentaba alguna variable en específico dentro del *spot*, también se agregó el apartado de conclusión, en el cual se determinaba sí el anuncio contenía o no elementos suficientes para ser considerado campaña negativa.

Una vez que ya se tuvo la propuesta de modelo final, se inició nuevamente el análisis de los 67 *spots*, originalmente eran 68 pero se desechó uno porque se repetía. Dicho análisis se realizó varias veces para colocar las diferentes variables y tipos de los *spots* correctas, debido a que un anuncio podía contener diferentes tipos de la misma variable, pero se tenía que identificar el más predominante; así

como también, identificar la cantidad de elementos suficientes para considerar un *spot* como campaña negativa. Para lograr lo anterior se observó en diversas ocasiones cada uno de los *spots*, el análisis completo de todos los anuncios se repitió tres veces para rectificar que la información encontrada fuera acertada y que cada variable fuera identificada de forma correcta.

Realizar el estudio de caso fue fundamental para este trabajo de investigación, ya que ayudó a identificar a los *spots* que contenían elementos de campaña negativa y qué tipo de elementos negativos eran los que estaban presentes. Por lo que ayudó a responder dos de las preguntas específicas, *¿cuántos spots fueron transmitidos por partido?* y, *¿los contenidos de los spots pueden ser considerados como campaña negativa?*, así como dos de los objetivos particulares, *identificar número de spots por partido e identificar contenido de spots*; también ayudó a conocer la cantidad de *spots* emitidos por partido, qué tipo de información negativa presentaban los anuncios y si por esa información negativa algún *spot* puede ser considerado como campaña negativa. Así como también, arrojó información sobre que partido o candidato fue el que presentó la mayor cantidad de *spots* con alguna variable en específico o en que determinada variable cual fue el tipo se utilizó más; esto también fue posible gracias al diseño del modelo de evaluación.

Las funciones principales del diseño del modelo de evaluación fue la fácil identificación de los elementos negativos dentro del *spot* y determinar si se considera como campaña negativa, arrojar la mayor cantidad de información sobre los elementos negativos y poder clasificar dicha información de forma sencilla, así como también recolectar información descriptiva de cada uno de los *spots* que contuvieran elementos negativos y la conclusión del contenido del anuncio.

Posteriormente, toda la información recolectada fue clasificada por cada una de las variables empleadas; en cada clasificación se acompañó de una explicación y una conclusión sobre la información encontrada y se mencionó que tipo de variable fue la más utilizada por partido y por candidato, se adicionó información sintetizada en forma de tabla o gráfica de la cantidad de spots en las que se utilizó cada una de las variables.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Democracia

El origen del tema de trabajo de esta tesis, referido a campañas negativas, puede retomarse de distintos puntos, pero sin uno en específico no habría tema para estudiar, no habría elecciones, por lo que no habría campañas electorales y desde luego, no habría campañas negativas. Ese punto es la democracia.

Para Touraine (1995), la democracia es una idea nueva; Sartori (1987) en cambio, la concibe como el producto político final de la civilización occidental.

La democracia es un tema bastante complejo, por lo tanto, igual es difícil poder definirla. Es necesario comparar los diferentes puntos de vista de algunos estudiosos sobre el tema, eso incluye la definición que le otorgan a la democracia.

Si se hace de manera irreal, no será posible que se encuentren las llamadas, por Sartori (1987), “realidades democráticas”. El enfoque depende de la definición o de la idea que se tenga sobre qué es, qué puede ser o qué debe ser la democracia (Sartori, 1987).

Aunque la democracia, etimológicamente, significa el poder del pueblo su significado va más allá, es aún más compleja. La democracia no solo conlleva el ámbito político, también hay democracia social (estatus de equidad), económica (democracia cuya meta es la redistribución de la riqueza y la igualdad de condiciones económicas) (Sartori, 1988).

Sartori (1988), intenta dar a entender que democracia tiene un significado demasiado complejo, incluso, la palabra democracia, tomándola literalmente puede aún así caer en ambigüedades o múltiples significados.

Para Dahl (1989) también el significado de democracia es complejo, ya que ha evolucionado con el paso del tiempo. No es la misma democracia de la época ateniense a la democracia moderna.

2.1.1 Pueblo

Los griegos acuñaron la palabra *demokratia* a mediados del siglo V a.C. Su sentido literal ya es conocido por todos, pero ¿quiénes son los integrantes del pueblo y qué significa que estos sean los gobernantes?

Una de las tantas ambigüedades del término “pueblo” reside en ¿qué compone al pueblo bajo la perspectiva democrática? Pueblo, en el sentido político es “grupo de personas que en rigor deberían autogobernarse (...) en el seno de una única entidad democrática” (Dahl, 1989, pp. 12).

Cuando se traduce “*demos*” a pueblo, se vuelve más profundo porque el concepto de pueblo para los romanos era bastante singular. No es precisamente al mismo que se tiene hoy en día. Por consecuencia, el concepto actual difiere mucho de la democracia griega (Sartori, 1988).

Lo que también difiere, es el concepto de “*pueblo*”, que ha ido cambiando a lo largo de los siglos. Además, de las diferentes interpretaciones que se le da a través de las diversas lenguas modernas en los cuales ha sido analizado, como el italiano, francés o alemán. Es importante resaltarlos debido a que muchos estudiosos sobre el tema han sido de italianos, franceses o alemanes. Ya que el término *demos* en italiano *popolo*, en francés *peuple* y en alemán *volk* son singulares. Aplicado sería: “el pueblo es”, el concepto se percibe de manera singular. Pero en inglés es diferente porque *people* significa personas, se mantiene el plural. Por lo tanto, es “el pueblo son”. Esto es importante ya que las palabras condicionan el pensamiento. Entonces no es casualidad que “pueblo”, en singular, sea entendido como una totalidad orgánica, en cambio, *the people* se concibe como una multiplicidad discreta (Sartori, 1987).

Por todo lo anterior, Sartori (1987) limita la interpretación de “*pueblo*” a seis categorías como:

1. Literalmente todo el mundo.
2. Un gran número.
3. Clase baja.

4. Totalidad orgánica.
5. Principio de mayoría absoluta.
6. Principio de mayoría limitada.

Utilizando el primer concepto como base, no es posible que exista o pueda existir una democracia así. En la Grecia antigua no se incluían a mujeres, a los nacidos no libres y a los esclavos. En la actualidad, se excluyen a los menores de edad, enfermos mentales, criminales que cumplen sentencia y los no ciudadanos (Sartori, 1988). Dahl (1989) denomina este selecto grupo como ciudadanos.

El segundo concepto no logra dar un criterio claro de cómo poder delimitar ese “*gran número*”. Se tendría que establecer cuántos “*muchos*” hacen pueblo, cuál es mayor número que vale por todos.

La tercera acepción, en general, “*el pueblo*” como proletariado plantea una exclusión inamovible: declara no pueblo para siempre al no proletariado” (Sartori, 1988, p. 44). Por lo cuál sería excluir del “*pueblo*” a los que no son parte del proletariado, como a los burgueses. La concepción de pueblo como conjunto de los ciudadanos también es excluyente, pero lo hace por alguna razón en particular o fundamentada. Otra problemática de este tercer concepto es la complejidad de determinar quién es o deja de ser pobre, trabajador o proletario.

La cuarta interpretación, no logra conducir a la democracia, es más, no logra la justificación de algún régimen político. Esto es debido de que al concebir el término “*pueblo*” se hace de forma individualista. Los términos *demos* y *populus* fueron concebidos de manera corporativa, no como una suma de individuos separados con la capacidad para decidir por sí mismos. Por lo tanto, esta “fusión orgánica” que hace inferir al pueblo como una totalidad indivisible, es la que ha legitimado el totalitarismo del siglo XX. Bajo esta premisa, todo mundo puede ser aplastado y oprimido (Sartori, 1988). Debido a esto, es importante no confundir la noción corporativa del pueblo con la de totalidad orgánica.

Las dos últimas acepciones son subespecies de pueblo. El principio de mayoría absoluta decide a través del criterio de que los más cuentan como todos y los menos

como nadie. Por lo contrario, el principio de mayoría limitada sigue el criterio de que los más se mantienen sobre los menos, en el respeto a los menos.

En los dos casos, el pueblo es contado con exactitud. Son las nociones operantes de pueblo, que conectan con efectividad *demos* y *kratos* (Sartori, 1987).

Dentro de un pueblo, sólo un grupo reducido de personas poseen el derecho de participar en el gobierno. Este grupo se podría entender como ciudadanos o ciudadanía (Dahl, 1989).

Además, como ya se mencionó en la primera interpretación de pueblo, ni en el apogeo de la democracia ateniense el *demos* incluyó más allá de una pequeña minoría de la población de Atenas. Pudo haber sido un caso bastante extremo de exclusivismo, además, de ninguna manera fue el único. Desde esa época hasta los tiempos modernos han sido excluidas ciertas personas por considerarse poco calificadas (Dahl, 1989).

Contextualmente cuando se concibe el término democracia, el pueblo al que hace referencia es al de las polis griegas, una comunidad pequeña. Por lo cual, cuanto mayor llega a ser la comunidad política, menos puede el concepto de pueblo hacer referencia a una comunidad específica. Ya que actualmente ya no se vive en una *polis*, si no en *megapolis* o *megalópolis*, la sociedad actual es realmente lo contrario de la totalidad orgánica de los románticos (Sartori, 1988).

La *megalópolis* no es favorable para la eficacia individual, impulsa la despersonalización que conlleva a la anomia. Otro factor es, el rápido desenvolvimiento de la vida social. Actualmente, el mundo va a una velocidad con tanta presteza que en el lapso de una vida llegamos a no reconocer totalmente el mundo que conocimos en nuestra niñez. El último factor es el avance de la movilidad horizontal. En el occidente un número cada vez mayor de personas vive y muere en un lugar diferente al que nace, ocasionando un desarraigo a la comunidad (Sartori, 1988).

Por lo consiguiente, Sartori (1988) considera que la definición de democracia que actualmente se dé, sería el de la sociedad de las masas. El autor apunta a una

“esencia perdida de la comunidad”, provocada por la “aceleración y el desarraigo”. Destacando que esto no hace que las democracias de antaño hayan sido mejores.

Las masas son más fáciles de manipular y controlar, incluso, hacen más fácil el totalitarismo. El hombre masificado se caracteriza por ser “un hombre aislado, desguarnecido, por tanto, disponible; su comportamiento tiende a hacerse extremo y, en él las formas activistas de respuesta e intervención en el proceso político constituyen la alternativa a la apatía” (Sartori, 1988, p.50). La sociedad de masas es susceptible del dominio carismático y puede ser movilizadada totalmente.

2.1.2 Pueblo y poder

Hasta esta parte se ha abordado el elemento de *demos*, ahora la complejidad aumenta porque se va a analizar la relación entre los conceptos de pueblo y poder. La definición más idónea de “*poder*” es “(...) la fuerza y la capacidad de controlar a los otros” (Sartori, 1988, p. 52). De aquí emana la cuestión clave, ¿cómo puede el pueblo ser el detentador efectivo del poder? Las monarquías seculares en su intento de darle más legitimidad a su poder recurrieron a una justificación democrática. Suplieron el modelo de “el poder deriva de Dios” a “el poder dimana del pueblo”. La doctrina medieval intentó crear un vínculo entre el poder nominal y el ejercicio del poder, vía la representación, a través de la delegación del ejercicio del poder en otra persona. No era real, dado que la doctrina medieval no establecía que fuera una transferencia verídica. Se pensaba que no debía ser un representante elegido. Sartori explica cómo debería ser:

“Así como la representación sin votantes posee escaso significado, la votación sin una elección libre no puede traducirse en un gobierno representativo, y se convierte en la renuncia periódica de un pueblo a su soberanía” (Sartori, 1988, p.54).

Después de esto, se puede decir que los ejes de la democracia moderna son:

- El principio de mayoría relativa.
- Los procedimientos electorales.
- La transmisión de poder que supone la representación.

Una parte dentro del pueblo cuenta más y otra parte, menos. Esto implica que aquellos que son parte de una mayoría victoriosa votada no poseen realmente el poder.

Por ello, para Sartori (1988) la expresión el “poder del pueblo”, es una frase incompleta. No explica sobre qué o quién es ese poder. La expresión completa sería la democracia es “el poder del pueblo sobre el pueblo”. Esto significa que el poder ya no es solamente ascendente, también descendente. Por lo tanto, ya va en dos sentidos.

A pesar de que las elecciones y la representación son los medios necesarios de una democracia, son también su debilidad. Quien delega el poder también puede perderlo. Las elecciones deben ser obligatoriamente libres y la representación no es necesariamente auténtica. La democracia no es pura, ni tampoco únicamente gobierno de la mayoría. En realidad, es el gobierno de la mayoría limitada, que respeta los derechos de la minoría. Actualmente, las mayorías (de todo tipo) han perseguido a las minorías, algunas, hasta el punto de extremista de exterminio. Haciéndolo “en nombre del gobierno de la mayoría”, como implicación obvia, en nombre de la democracia. (Sartori, 1988).

La clave para entender mejor este tema está en la definición de “pueblo”. Como se dijo anteriormente, no consiste literalmente en todo el mundo, tampoco a la mayor parte de la ciudadanía. Más concretamente, pueblo se divide en una mayoría y en una minoría. Por lo que se traduce en “la democracia concebida como el gobierno mayoritario limitado por los derechos de la minoría, se corresponde con todo el pueblo, es decir, con la suma total de la mayoría y la minoría... El principio de mayoría exige mayorías cambiantes, el que las diversas partes del cuerpo político puedan ser alternativas de poder” (Sartori, 1988, p. 57).

Si no se preservan las minorías, se reduce la posibilidad de hallar una mayoría favorable a la nueva opinión. Los derechos de las minorías son de tal importancia que son el proceso democrático necesario, si se está comprometido con dicho proceso, de igual manera, se debe estar con un gobierno mayoritario limitado por los derechos de la minoría (Sartori, 1988).

Otra definición que puede ser más completa y explica un poco mejor la democracia, es la fórmula de Lincoln. Fue dicha por Lincoln en la proclamación de Gettysburg de 1861, la cual dice “gobierno del pueblo, por el pueblo, para el pueblo” (Sartori, 1988, p.59).

Entonces “si la democracia es el gobierno del pueblo sobre el pueblo, será en parte gobernada y en parte gobernante. ¿Gobernante cuándo?, cuando vota, en las ocasiones electorales” (Sartori, 1987).

2.1.3 Opinión pública

En las democracias, las elecciones deben de ser libres, al igual que las opiniones lo deben ser, libremente formadas. Las elecciones libres con opiniones que no son libres no llevan a ningún lado. La democracia se apoya en la opinión pública, que sea verdaderamente del público (Sartori, 1988).

Las elecciones escrutan opiniones. El poder electoral es lo que legitima todo el proceso democrático. Entonces, si la opinión pública es la base de todo gobierno, supone que las elecciones son la herramienta para un “gobierno de opinión”, un gobierno responsable con la opinión de los gobernados (Sartori, 1988). Por lo tanto, las elecciones deben ser libres, la opinión de igual manera lo debe de ser.

Antes de continuar, es importante saber qué es la opinión pública. A parte de ser un concepto político, es una opinión de asuntos públicos. Es “un público o multiplicidad de públicos, cuyos difusos estados mentales (de opinión) se interrelacionan con corrientes de información referentes al estado de la res pública” (Sartori, 1988, p. 118). Hay que tomar en cuenta que un estado de opinión se compone de diferentes factores, entre ellos, necesidades, deseos, preferencias, actitudes, un sistema global de preferencias.

Como todo, la democracia tiene sus deficiencias que hacen que no sea posible su correcto funcionamiento y que, muchas veces, son difíciles de erradicar o al menos cambiar. En todas las democracias analizada por Sartori la apatía está muy extendida, el ciudadano promedio muestra muy poco interés por la política, la

participación ciudadana es escasa y en varios aspectos no muestra opinión. (Sartori, 1988).

Por mucho tiempo se pensó que el argumento más acertado del porqué de la apatía popular era la pobreza y el analfabetismo, dado que no puede haber muchas expectativas de que ciudadanos no educados correctamente, en pobreza y analfabetas puedan ser ciudadanos capaces o al menos interesados (Sartori, 1988).

Actualmente se han reducido notoriamente los niveles de pobreza y analfabetismo y aún así no se ha podido ver un avance alentador. Un factor importante puede ser la falta de información.

Se responsabiliza a la falta de información por tres motivos:

- 2 Insuficiencia cuantitativa
- 3 Proclividad
- 4 Pobreza cuantitativa

El primer motivo no resulta convincente debido a que el problema puede ser demasiada información, más no al revés. Un ciudadano promedio está infestado de información, al punto que no es capaz de poder procesarla prefiriendo desconectarse. El segundo motivo es más atinado, simplemente se refiere a la información sesgada. Finalmente, el tercer punto hace referencia a la pobreza de la información. Sí existe, es un factor real, pero es muy difícil de erradicar los diferentes medios de comunicación (sobre todo los visuales) por diversos factores dan la verdad “a medias”. Muchas veces por dejar entre ver su opinión, su pensamiento sobre el tema o sus emociones, quitándole objetividad a la información (Sartori, 1988).

2.2 Democracia representativa

Dahl concibe a la democracia representativa como “un fenómeno histórico y a la vez como una aplicación de lógica de la igualdad aun sistema político de gran tamaño” (Dahl, 1989, p. 259).

La democracia logra resolver el problema de la imposibilidad de que las grandes agrupaciones de ciudadanos del pueblo se junten para poder ejercer el poder (Gil, 2017).

La democracia representativa, es lo opuesto a la democracia directa, en ésta las decisiones de carácter político la toman directamente los ciudadanos. En cambio, en la representativa, las toman los representantes electos por los ciudadanos y organismos designados por estos representantes. Siendo esta la diferencia fundamental entre ambas (Gil, 2017).

Los conjuntos legislativos representativos se posicionan entre las instituciones más comunes del orbe político que conocemos. Jamás alguna asamblea parecida fue concebida por algún político ateniense antiguo. En su época, todo ciudadano participaba directamente en las actividades legislativas.

La representación no era conocida por los griegos o los romanos, pero sí por los germanos, ésta es uno de los medios más comunes de su política nativa.

Aristóteles pensaba que un “Estado” libre no podía ser en un territorio extenso o con población muy dispersa. Ya que esto impediría la asistencia de todos en la asamblea (Gil, 2017).

Como ya se mencionó, los griegos no aceptaban un sistema político a gran escala, por lo tanto, nunca crearon un sistema de gobierno representativo estable. También, a pesar de lo que se pensaría, tampoco los romanos, aun con su enorme crecimiento demográfico y territorial. De la misma forma aumentó drásticamente la cantidad de ciudadanos que vivían a una distancia considerable como para trasladarse con facilidad a Roma. Su asamblea si se fue transformando poco a poco en algo similar a los cuerpos representativos, pero no llegó a serlo en su totalidad. La representación era más virtual que efectiva. Posteriormente, para los teóricos republicanos del Renacimiento italiano tampoco hubo mucho interés por resolver ese tipo de problemática (Dahl, 1989). Por lo tanto, desde la Grecia clásica hasta el siglo XVII, la posibilidad de que un cuerpo legislativo fuera (en su totalidad) de representantes electos quedó fuera de la teoría y práctica.

Durante la guerra civil inglesa, ocurrida en el siglo XVII, los puritanos (como Dahl llama a los *RoundHead*), en necesidad de una alternativa republicana frente a la monarquía, se plantearon varias de las cuestiones esenciales de la teoría y práctica de la democracia. Los Niveladores (*levellers*), al momento de realizar sus requerimientos de la ampliación de sufragio y de la “sensibilidad del gobierno ante un electorado más amplio”, lograron crear las bases del desarrollo futuro de la idea democrática de representación (Dahl, 1989, p.41). Un siglo más tarde se lograría la consolidación de la incorporación a la teoría y práctica de la democracia.

En su momento, Locke, menciona en su *Segundo Tratado* que la opinión de la mayoría podía otorgar su consentimiento por sí misma o a través de representantes que hayan elegido. A pesar de eso, añadió muy poco sobre la representación.

Para Dahl, en la práctica, la representación fue un invento de una institución medieval de gobierno monárquico y aristocrático. Este autor plantea que su génesis se logra encontrar principalmente en Inglaterra y Suecia, en las asambleas creadas por el monarca o, muchas veces, por los mismos nobles para tratar temas de Estado. Los convocados pertenecían a diversos estamentos, representando a éstos. Los representantes se reunían por separado. Los estamentos terminaron simplificándose en dos, los lores y los comunes, representados en cámaras separadas (Dahl, 1989).

La transformación que se ocasionó en la democracia a partir de la incorporación de la representación tuvo profundas consecuencias. La más importante, fue que el gobierno popular ya no era exclusivo de Estados pequeños, ahora podía incluirse hasta grandes conglomerados humanos. Desde entonces la idea de la democracia pareció factible para las naciones del mundo moderno. Además, se pudieron favorecer diversos aspectos fundamentales como los derechos humanos, la libertad y la autonomía del individuo (Dahl, 1989).

Uno de los problemas que surgió con la representación fue que la asamblea, que ocupaba un lugar central, fue sustituida por toda una compleja agrupación de instituciones políticas, alejando el contacto directo del gobierno con el pueblo y

viceversa. Algunos críticos cuestionaron que si a pesar de esto podría adoptar el nombre de democracia.

Por otro lado, la idea de la democracia monista (antigua), en la cual las asociaciones políticas autónomas no eran necesarias ni tampoco legítimas, se sustituyó por un sistema político pluralista, el cual se consideraba fundamental para la democracia a gran escala (Dahl, 1989).

Debido a que la representación es para territorios y población grandes, en el Estado nación surgieron una gran variedad de intereses y de grupos de intereses. Ocasionando luchas y conflictos de facción que antes no existían y eran consideradas destructivas para la democracia. Después, el conflicto político llegó a ser visto como algo común (Dahl, 1989).

La creencia de que los ciudadanos debían anteponer el bien público sobre los intereses privados pasó a ser más difícil de sustentar, al punto de que el bien público se polarizó en los intereses de individuos y de grupos (Dahl, 1989).

Recapitulando, los esfuerzos iniciales de intentar democratizar el Estado nacional fueron en países que poseían una legislatura que tenía como propósito representar diversos intereses sociales, bastante diversificados porque provenían de diferentes estratos.

A su vez que los movimientos sociales a favor de una profunda democratización iban incrementando su fuerza, a pesar de lo que se pensaría, no se necesitó concebir una legislatura representativa como tal, debido a que ya existían legislaturas y representantes concretos (Dahl, 1989).

Quienes pretendieron reformar a una democracia un tanto limitada, intentaron labrar legislaturas que fuesen más representativas aumentando el sufragio, cambiando el sistema electoral para que los electores estuviesen mejor representados y garantizar unas elecciones libres. También se intentó asegurar que los titulares del poder ejecutivo fueran electos por una mayoría de la legislatura o por el electorado directamente (Dahl, 1989).

En Estado Unidos, al redactar los artículos de la Confederación, anterior a su constitución, los dirigentes estadounidenses tuvieron que formar un congreso nacional casi desde cero. Poco tiempo después, logró tomar forma el Congreso de Estados Unidos en la Convención de Filadelfia en 1787. Al elaborarse la Constitución en dicha convención se tomó como referencia el sistema constitucional británico, como, por ejemplo, en la legislación bicameral, la figura del primer ministro y su gabinete (Dahl, 1989).

De esta forma, se modificó el modelo inglés para poder adaptarlo a un país que era integrado por trece estados soberanos y que carecía de un monarca que fungiera como jefe de Estado y una nobleza hereditaria que conformara la Cámara de los lores.

A finales del siglo XVIII, en Gran Bretaña, el primer ministro dependía de la confianza otorgada por la mayoría parlamentaria. Para 1832, uno de los objetivos principales de los movimientos de democratización fue extender el derecho de poder votar por los miembros del parlamento a nuevos sectores de la población y garantizar elecciones libres e imparciales.

En Suecia, que de igual manera como Inglaterra había tenido cuerpos legislativos en la Edad Media, se consolidó la dependencia del primer ministro hacia el parlamento y también aumentó el voto en las elecciones de parlamentarios, por lo tanto, incrementando la participación del electorado. El mismo suceso pasó en Países Bajos y Bélgica. (Dahl. 1989).

En países que fueron colonias británicas, como Canadá, Australia y Nueva Zelanda, sus instituciones políticas fueron creadas a partir de su experiencia colonial, que tenía elementos del gobierno parlamentario y del sistema constitucional británico y estadounidense.

La descripción anterior intenta enfatizar que, tanto en Europa como en América, los movimientos democratizadores del gobierno de los Estados nacionales no comenzaron de la nada.

Algunas de las instituciones más emblemáticas de la democracia moderna, entre ellos, el mismo gobierno representativo, no fue el resultado de un análisis sobre los requerimientos que debía cumplir un proceso democrático. Sino más bien fueron el resultado de modificaciones específicas sucesivas de instituciones políticas que ya existían. Tampoco sería correcto entender a la democratización de los cuerpos legislativos como adaptaciones de las instituciones políticas tradicionales (Dahl, 1989).

Cuando se inició la tarea de modificar a las instituciones políticas existentes se sabía muy bien que, para establecer la lógica de la igualdad política a gran escala como la del Estado nación, la democracia directa de las asambleas de las polis o de las Ciudades Estado debían ser reemplazada por un gobierno representativo. Rosseau pronosticó en su *Contrato Social* que, la representación revolucionaría la naturaleza de la ciudadanía y el proceso democrático (Dahl, 1989).

A continuación, se señalarán algunas deficiencias de la democracia representativa. En teoría, no habría país con una extensión territorial demasiado grande, tampoco población tan grande para la existencia de un gobierno representativo, tomando en cuenta que cuando se estableció la democracia representativa en la mayoría de los países, su población era considerablemente más reducida. Por ejemplo, en 1787, Estados Unidos tenía una población de aproximadamente cuatro millones de habitantes que se puede considerar enorme en comparación de los estándares de la polis griega. Durante la Convención de Filadelfia algunos delegados se atrevieron a pronosticar que en un futuro Estados Unidos llegaría a tener más de cien millones de habitantes, cifra que se superó en 1915. Otro ejemplo es el de India que en 1950 instituyó su sistema parlamentario republicano, para ese momento su población era de alrededor de trescientos cincuenta millones de habitantes y seguían multiplicándose. Hasta este momento ha sido imposible determinar un límite superior fijo (Dahl, 1989).

Límites a la democracia participativa. Consecuentemente de la magnitud del enorme tamaño tanto de la población como de territorio, algunas formas de participación política quedaron naturalmente más limitadas. En muchas ciudades y

naciones Estado antiguas y medievales había posibilidades teóricas que no existen en un país democrático actual, por más diminutos que pueda ser su población y el territorio. El límite teórico de la participación efectiva se reduce proporcionalmente con el tamaño de su población. El resultado es que un ciudadano, de un Estado nación de gran tamaño, no tiene la posibilidad de participar en la vida política tan enteramente como el promedio de los ciudadanos de un *demos* bastante menor en un Estado más reducido (Dahl, 1989).

Diversidad. A pesar de que no hay una relación de proporcionalidad (lineal) entre tamaño y diversidad, cuanto más grande y acaparadora es una unidad política, más se inclina la población a manifestar diversidad en ámbitos que se relacionen con la política como puede ser, su identidad étnica y racial, religión, creencias políticas e ideológicas, ocupación, etcétera, por lo tanto, se ha convertido en algo no posible con una ciudadanía en teoría homogénea y unida por intereses en común o que compartan ideología. Lo que sí es posible es la existencia de gobiernos representativos con grandes electorados, que poseen una extensa serie de derechos y libertades individuales, y coexistan en extensos países de una enorme diversidad. (Dahl, 1989).

Y, por último, conflicto. Como resultado de la diversidad, proliferaron las divisiones políticas, surgiendo el conflicto como parte habitual de la vida política. Uno de los puntos positivos de un gobierno republicano (federalista) es que tenga menor posibilidad de que los conflictos propicien graves disputas civiles, en contraste con el entorno más reducido de la ciudad Estado o *polis* griega (Dahl, 1989).

2.3 Democracia electoral

Por democracia electoral se entiende que es en la cual existen elecciones libres y justas, en donde la mayor parte de la ciudadanía tiene derecho al voto y existe una competencia entre los candidatos contendientes por algún cargo público (Smith, 2004).

La definición anterior es un tanto minimalista, enfocada únicamente en el elemento electoral de la democracia política. No hace referencia a la calidad de la vida democrática, o sea, la protección de las libertades y derechos de los ciudadanos, ni tampoco a la calidad de las políticas públicas de la democracia electoral (Smith, 2004).

Otra definición simplificada es que la democracia electoral es un sistema en el cual ciertos partidos no ganan elecciones. Eso es bajo la perspectiva de Przeworski (1991). Para este proceso existen partidos políticos, en los cuales hay diversos intereses, valores y opiniones, y también una competencia regulada a través de un conjunto de normas.

En una democracia de ese tipo, una diversidad de fuerzas contiene dentro un marco constitucional, los participantes de dicha contienda tienen a su alcance recursos económicos, organizativos e ideológicos, muchas veces en desigualdad. Los resultados dependen de los recursos y de las instituciones relacionadas a todo el proceso. La probabilidad de cualquier grupo político en específico, que ya haya logrado alcanzar sus intereses en cierto grado, será distinta a la de los demás (Przeworski, 1991).

Los actores principales de la participación democrática están organizados como colectivos, además de estar organizados conforme al marco institucional en el cual participan. Para lograr con efectividad la representación, deben tener una estructura interna bien organizada en donde se encuentren de forma jerárquica dirigentes y seguidores. Resaltando que un partido se forma por personas individuales. La naturaleza de dichas instituciones determina una relación de representación con la sociedad. Los individuos no actúan propiamente en protección de sus intereses, más bien, lo delegan. La colectividad está representada por sus dirigentes, el modelo de organización colectiva así lo rige. En este punto, Przeworski (1991), la diferencia de los movimientos sociales que considera como actores políticos inciertos, efímeros y sin instituciones a las cuales dirigirse, en contraste con un partido político.

Las asociaciones de interés obtienen la posibilidad de realizar acciones en nombre de sus integrantes porque cuentan con el carácter para poder coaccionarlos, debido a que tienen la capacidad de sancionar a cualquier individuo o subgrupo que trate de promover sus propios intereses particulares a costa del interés colectivo (Przeworski, 1991), de esta forma, este autor argumenta que en las sociedades democráticas electorales no están conformadas por individuos, sino por organizaciones colectivas que tienen la capacidad de coaccionar a las personas e intereses que representan.

La democracia electoral es un sistema para plantear los conflictos, los resultados dependen de la preferencia de los participantes, pero ninguna fuerza en específico define o controla el desenlace de los hechos, porque ninguna de las fuerzas políticas participantes conoce con adelanto como se desarrollarán los conflictos particulares, ya que el resultado de sus acciones depende de las acciones de los demás y éstas no pueden preverse. Por consiguiente, los resultados son inciertos para los participantes. Parecería que la democracia electoral es un sistema en el cual todos hacen lo más conveniente, después se deja al azar y se espera saber cual es el resultado (Przeworki, 1991).

La democracia electoral ocasiona algo parecido a la incertidumbre. La incertidumbre llega a significar que los participantes no saben lo que puede ocurrir, saben lo que es posible pero no lo que es probable, o conocen ambos, pero no saben lo que va a ocurrir. La democracia solo es incierta en ese sentido. Alguno de los desenlaces posibles viene delimitado por el marco institucional.

Los participantes conocen los escenarios posibles ya que cualquier desenlace posible esta delimitado por el marco institucional. Por marco institucional, se refiere al conjunto de órganos normativos, el cual, se va adaptando a las nuevas necesidades que van surgiendo. Los participantes conocen lo que puede implicar para ellos ganar o perder la contienda y conocen las probabilidades que tienen de alcanzar el triunfo o la derrota, pero lo que sí es desconocido el resultado final. Por lo anterior, se considera que la democracia electoral es un conjunto de resultados abiertos y regulados o “incertidumbre organizada” (Przeworki, 1991). Debido a la

incertidumbre, los actores políticos asignan probabilidades a los resultados de sus acciones esto les ayuda a conocer el parámetro de sus expectativas y evaluar el plan de acción más conveniente. La incertidumbre tiene su parte positiva, pues también funge como motivación para participar en estos procesos democráticos.

La democracia electoral moderna logra tener frutos que son resultado de las negociaciones entre los dirigentes o actores principales de las fuerzas político-sociales, es más que un proceso deliberado ya que las elecciones funcionan como instrumento para legitimar estos resultados, como también, para ratificar en sus cargos a quienes lo han logrado. Las votaciones son solo el dictamen final. (Przeworski, 1991).

Debido a que es imposible conocer el resultado de antemano, el convenio de obedecer unas normas no es suficiente para garantizar su acatamiento una vez revelados los resultados. Por ello, algunos autores, como Habermas, hacen la diferenciación entre legalidad y legitimidad. Básicamente es que, en la primera, se acepta la normatividad previamente señalada del proceso democrático y la segunda es una valoración posterior hecha desde un punto de vista (Przeworski, 1991).

Si el acatamiento de los resultados fuera en una elección más racional no habría una enorme cantidad de conflictos, pasarían a ser desacuerdos en cuanto a cuál debería ser el bien común. Solucionándose de manera más sencilla a través de un debate racional. Si los representantes pudieran desprenderse de la impetuosidad de sus intereses particulares, si las instituciones estuvieran estructuradas de forma correcta y el proceso de deliberación tuviera un mejor *timing*, se tendría como resultado la unanimidad, respetando la auténtica voluntad general (Przeworski, 1991).

También hay estudiosos que conciben a la votación como una herramienta para ahorrar tiempo, como única utilidad de disminuir “los costes de transacción inherentes al proceso deliberativo” (Przeworski, 1991, p.25), garantizando también mayor efectividad gracias a sus principios que evitan el mayoritarismo.

Lo anterior abre la interrogante si la democracia electoral es racional (colectivamente). Przeworski (1991) dice que sí pero solo si 1) a) hay un bienestar único colectivo y éste es independiente de las preferencias individuales, b) se toma en cuenta que éste únicamente existe en relación de las preferencias individuales, sin importar cuales sean, o c) se considera que sencillamente no existe, por diversos motivos, como alguna división social que no pueda ser conciliada; y sí 2) el desarrollo democrático convergir hacia el bienestar máximo (Przeworski, 1991).

Aún así, algunos ideólogos sostienen que ese bienestar máximo existe, pero el proceso democrático no conduce a él. Hay diferentes apreciaciones al respecto. Para Tullock (1962), el interés público corresponde al resultado final del proceso democrático, o sea, sirve para reconocerlo. Arrow (1951), argumenta que, aunque existe el bienestar máximo, ningún proceso electoral de preferencias individuales podrá mostrarlo. Y para los marxistas, ellos plantean que en las sociedades con división de clases no es posible identificar algún interés general de ese tipo (Przeworski, 1991).

Algunos son más opuestos como Schumpeter (1983), quien menciona que no hay un bien común como tal, en el cual todo el mundo esté de acuerdo o pueda estarlo a través de una argumentación racional. Esto se debe a que existen diversos individuos y grupos, por lo tanto, el bien común debe de significar cosas diferentes.

Desde esta perspectiva, aunque lograra existir un bien común bastante bien definido, esto no significaría soluciones igual de definidas para los problemas particulares. Los puntos de vista referentes a este tipo de problemas pueden variar lo suficiente como para llegar a un enorme desacuerdo acerca de los mismos fines. Como consecuencia de lo anterior, la idea particular de la voluntad general o del pueblo se disipa, ya que esta idea supone la existencia de un bien común significativamente determinado (Schumpeter, 1983).

Si se insiste que la voluntad de los ciudadanos sea un factor político que se debe respetar, primero es fundamental que exista dicha voluntad. Todo el mundo debería saber de forma precisa lo que quiere defender. Esta precisión tendría que estar fundamentada a través de la capacidad para observar e interpretar de manera

correcta y ser crítico con la información sobre los hechos que no lo sean. Dando como resultado una conclusión diáfana y concreta, esto con un alto grado de eficiencia general. Todo esto tendría que hacerlo un ciudadano promedio por sí mismo (Schumpeter, 1983).

Regresando a la temática de Przeworski (1991), la democracia puede continuar identificando el bienestar máximo a pesar de que las preferencias puedan variar como resultado de la comunicación. Dependiendo la cantidad y el tipo de información que sea adquirida por alguien, puede cambiar su orden de preferencias. Se puede llegar al punto que se agoten todos los argumentos racionales, esto ocasionaría que las preferencias resultantes de la deliberación racional puedan seguir cambiando repetidamente.

Desde el punto de vista de Przeworski (1991), no todos los conflictos pueden solucionarse por medio de la deliberación y, por consecuencia, en la democracia hay ganadores y perdedores. Continuamente los intereses se encuentran en conflicto, al haber tanto ganadores como perdedores, el acatamiento habitualmente es problemático.

Las instituciones democráticas permiten tener una perspectiva *intertemporal* a los actores políticos, permitiéndoles ver más hacia el futuro en lugar de que su única preocupación sea los resultados presentes.

La hipótesis de Przeworski (1991) es que, algunas instituciones democráticas brindan a las fuerzas políticas importantes, con condiciones, la óptica de que en algún momento futuro encontrarán la oportunidad de promocionar sus intereses, óptica que es idónea para convencer de acatar los resultados desfavorables a corto plazo. En pocas palabras, las fuerzas políticas asumen las derrotas presentes dado que tienen la convicción de que llegarán a satisfacer sus intereses en un futuro, ya que el marco institucional que organiza el proceso democrático se lo permitirá.

La falta de elecciones o la realización de éstas sin transparencia, es el resultado de que un país no es democrático, en el caso de Latinoamérica fue un

fenómeno bastante común con la autocracia pues se centralizó el poder y regularmente se utilizó desmesuradamente (Smith, 2004).

Los derechos de los ciudadanos son también parte fundamental de la democracia sobre todo de la electoral o representativa pues buscan garantizar la existencia de protección constitucional de la libertad individual y de expresión dentro del ámbito político, también se orientan hacia la tolerancia de la discrepancia y a asegurar la libre expresión (Smith, 2004).

Basándose en los criterios de Dahl, Smith (2004), explica que la idea de los derechos de los ciudadanos necesita diversas garantías, como lo son libertad para crear organizaciones y afiliarse o sumarse a ellas (sindicatos o partidos de oposición), libertad de expresión y acceso a fuentes alternativas de información (a través de la libertad de prensa).

Estas garantías permiten a agrupaciones y a individuos expresar sus opiniones e ideas, como también crean la base para lograr una verdadera competencia entre los contendientes al poder, para así poder lograr unas elecciones libres y justas (Smith, 2004).

Las democracias electorales que otorgan garantías extensas de libertades civiles se denominan completas o liberales. Las democracias electorales que proveen garantías parciales o mínimas se consideran como *iliberales*.

El término *democracia iliberal* fue concebido por Fareed Zakaria al descubrir un fenómeno dominante: que los regímenes electos democráticamente, regularmente los que han sido reelectos o reafirmados a través de referendos, ignoran los límites constitucionales de sus facultades y despojan a sus ciudadanos de sus derechos y libertades básicos. Este autor afirma que en la mayor parte del mundo los representantes elegidos gobernaban por decreto, restringiendo a la libre expresión y la reunión, violentando los derechos humanos (Smith, 2004).

A continuación, este trabajo se enfocará más en Latinoamérica y posteriormente en México. Entrante el siglo XX, en América Latina existían tres formas definidas de régimen político. La primera, el caudillismo, la cual consistía en

un grupo de militares o paramilitares que peleaban entre sí con el fin de lograr establecer su autoridad sobre un país, se trataba de combates internos por el poder, esta situación hizo que hubiera mucha inestabilidad, los gobiernos nacían y desaparecían con frecuencia (Smith, 2004).

La segunda forma de régimen político son las dictaduras “integradoras” o dictaduras centralizadoras que tenían como fin disminuir las tendencias del caudillismo y sus derivados y lograr establecer la hegemonía del Estado Nacional. Con frecuencia este tipo de gobernantes surgían del ejército, y logrando estar en el poder poseían el apoyo de las fuerzas armadas para mantenerse en él. En México el mejor ejemplo es gobierno de Porfirio Díaz (Smith, 2004).

La tercera variante se denomina oligarquía competitiva o republicanismo oligárquico. Este tipo de regímenes utilizaron a las elecciones populares para alcanzar cargos públicos, generalmente cumpliendo con la reglamentación constitucional formal. A su vez, limitaron a la oposición efectiva el acceso a la élite gobernante a través de severas limitaciones al sufragio y también, mediante rigurosos requisitos para ser candidatos. Lograron establecer mecanismos sin violencia para solucionar las confrontaciones entre los grupos contendientes de las élites en el poder. También, se utilizó como herramienta para lograr quitar de poder a los caudillos o dictadores militares, a pesar de su apariencia democrática, este régimen consagraba el dominio de una minoría (Smith, 2004).

En Latinoamérica ha habido diversos cambios políticos a través del tiempo. El autor Smith (2004), ha hecho una clasificación de cada país como sigue:

Democrático, cuando los ocupantes de los cargos públicos obtuvieron o mantuvieron el poder mediante elecciones libres y justas que cuentan con el apoyo y participación de una parte significativa de la ciudadanía.

Semidemocrático, cuando los titulares de los cargos públicos asumieron el poder a través de elecciones que fueron libres, pero no justas, debido a que únicamente un candidato tenía la oportunidad real de ganar, También, cuando los

funcionarios electos son obligados a compartir el poder con facciones no electas o incluso, ceder el poder.

Oligárquico, cuando la contienda electoral fue libre, justa o ambas, pero únicamente con la participación de las élites dominantes y el voto limitado a una parte bastante reducida de la población.

No democrático o autocrático, cualquier otro caso o durante los años de golpe militar. Incluye periodos de inestabilidad crónica, política, caudillista, gobierno dictatorial u ocupación militar extranjera.

La clasificación anterior fue elaborada a partir de criterios relativos, intentando reflejar estándares en el tiempo (Smith, 2004).

Un factor importante por considerar es la ausencia del derecho del voto femenino, ya que significa restringirle el voto a más de la mitad de la población adulta. Por lo tanto, es antidemocrático. De acuerdo con clasificación anterior, si algún régimen no cuenta con sufragio femenino debe considerarse como no democrático o autoritario. En América, después de 1920, se empezó a extender el voto a la mujer. Ese año empezó en Estados Unidos y en las décadas siguientes, de manera gradual, se extendió en Latinoamérica (Smith, 2004).

A principios de 1900, América Latina, carecía de democracias, sin embargo, para el año 2000, aproximadamente tres cuartas partes de los países ya tenían elecciones libres. La democracia electoral comenzó a extenderse.

2.4 Proceso electoral

Para el inicio de este apartado es fundamental empezar definiendo qué es una elección. De Luca da una definición bastante completa y breve, que es “un mecanismo institucionalizado a través del un grupo de individuos expresa sus preferencias para decidir quiénes se desempeñarán en los puestos de un órgano, unipersonal o colegiado, con atribuciones de gobierno, representación o control y,

por lo tanto, con autoridad sobre ese mismo grupo” (Aznar, L. & De Luca, M., 2015, p. 202).

La elección supone la existencia con anterioridad de un cuerpo electoral, una contienda con al menos un participante o grupo de candidatos, para uno o varios puestos reconocidos, una normatividad para el conteo de votos y un criterio de decisión para establecer la asignación del puesto público por contender.

2.4.1 Clasificación de las elecciones

La primera y más sencilla clasificación de las elecciones es la que refiere a su *status* político del cargo o los cargos a contender. Así, las elecciones más trascendentes son las del tipo nacional, ya sea para los integrantes de una asamblea legislativa, titulares del poder ejecutivo, ya que en éstas se escogen a quienes estarán al frente de las dependencias centrales del gobierno y eso significa que, supone la participación de todo el electorado del país. Por otro lado, las elecciones para cargos públicos subnacionales (como pueden ser estados, provincias, regiones, etc.), las elecciones para organismos de carácter supranacional (como el parlamento europeo) y también las de puestos municipales o locales, usualmente son considerados por los académicos como de segundo orden (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Otra clasificación que tienen las elecciones es en base a su nivel de intermediación, por lo tanto, en directas o en indirectas o de segundo grado. En las primeras, el electorado escoge instantáneamente al candidato de su preferencia, en cambio en las indirectas, se vota por una reducida agrupación de personas, delegados o representantes que toman la decisión en su lugar (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

También las elecciones pueden distinguirse a partir del contexto en el cual se desarrollan y sus consecuencias, o sea, de acuerdo con su nivel de pluralismo, libertad e importancia. El pluralismo se refiere a la posibilidad de participar a diversos candidatos. La libertad electoral supone que, el electorado puede escoger su voto sin ningún tipo de amenazas, presiones o coerción y con información a cerca de las propuestas de los candidatos que se presentan, y que los contendientes

puedan llevar a cabo sus actividades de proselitismo, sin algún obstáculo que le impida comunicarse con los votantes. Y por importancia de una elección se relaciona con su trascendencia respecto a los procesos políticos de la comunidad en la cual se llevó a cabo.

Desde el nivel más alto de pluralismo, libertad e importancia a la nula presencia de estos tres, se catalogan en competitivas, semi-competitivas y no competitivas.

Las elecciones competitivas son concebidas por muchos analistas como el proceso característico de la democracia. Aunque ha tenido diversas críticas por su capacidad de fomentar debates, su eficacia para la elección de los ocupantes de los cargos públicos, forman parte vital de este tipo de regímenes políticos.

Aunque en los regímenes democráticos las elecciones no tienen únicamente esa finalidad, también funcionan como una herramienta de control sobre los gobernantes por parte de los gobernados. Por medio del voto, los representantes y líderes políticos están sujetos al constante juicio de la ciudadanía, quien puede refrendar su confianza en ellos a través del voto o contrariamente, puede darle la oportunidad a otro de hacerse cargo de la dirigir los asuntos públicos.

Las elecciones también funcionan para poder legitimar el ejercicio del poder y el gobierno de una fuerza política, partido político o coalición. A través de las elecciones son considerados los legítimos ocupantes del cargo público, incluso por sus adversarios políticos.

Finalmente, las elecciones son parte de una herramienta fundamental para la solución del conflicto político y la vía para la solución pacífica (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Continuando con la clasificación, las elecciones semi-competitivas son aquellas que se realizan en un marco político que aparenta respetar los fundamentos y principios y básicos esenciales de una elección competitiva. Las autoridades presumen de tener de forma absoluta todas las libertades de votar y ser votado, pero en la práctica, dichas libertades son infringidas por disposiciones

legales o prácticas políticas, como puede ser, no permitir el ejercicio del voto por cuestiones políticas, la falsificación del padrón electoral, la censura en los medios de comunicación, hostigamiento por parte de las corporaciones policíacas, entre otras (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

El gobierno utiliza una basta cantidad de recursos para lograr intervenir de alguna forma en el resultado de la elección, a su vez, la oposición intenta hacer campaña bajo un marco político muy limitado y sin ninguna oportunidad real de poder ganar.

Este tipo de elecciones son realizadas por regímenes autoritarios para mejorar la imagen de la fuerza política en el poder frente a la opinión pública internacional y también, para darle legitimidad a los ocupantes de los principales cargos públicos o incluso para compaginar las relaciones de poder existentes en momentos de crisis o incertidumbre (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Ahora, en las elecciones no competitivas o también llamadas sin alternativas, el votante no posee facultad alguna para decidir o expresar su opinión con libertad, esto puede ser porque todos los líderes opositores del gobierno no cuentan con la posibilidad de ser electos, ya que únicamente se admite la presencia de una sola organización política o de una sola lista de candidatos a cargos públicos. Esto es porque todo el proceso electoral está controlado por las autoridades gubernamentales o partidarias a través de la coerción directa (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Las elecciones no competitivas no poseen la función de ser un mecanismo de legitimación hacia los gobernantes, ni para reajustar las relaciones de poder existentes en el gobierno vigente, sino más bien como un proceso de movilización de masas con singular énfasis o como un ejercicio de educación de la población.

En estas elecciones es nula la capacidad de poder elegir. La práctica de estas puede ser explicada por la influencia de la enorme difusión de las elecciones en las democracias como herramienta de legitimación de los gobiernos y por el aprovechamiento y la manipulación que este mecanismo tiene para ofrecer a los

regímenes no democráticos (Aznar, L. & De Luca, M., 2015). Esta clasificación puede recordar ligeramente a la anteriormente expuesta por Smith, en el cual hacía referencia más hacia a las democracias que a las elecciones mismas.

2.4.2 Reglamentación básica de las elecciones

En cualquier elección hay una serie de normas que determina las condiciones para ser elector o candidato y que también establecen el contexto en el cual se desarrolla la contienda. Estas normas se encuentran estipuladas en las constituciones, leyes e incluso en reglamentaciones de menor nivel. Por su trascendencia, son objeto de un alto nivel de formalización. Tal formalización está relacionada con la inexistente o bajos cánones de tolerancia y pluralismo aceptado y con la intención de manejar todas las etapas del proceso de gobierno. En contraparte, en las democracias está dirigida a garantizar su objetivo que debe de cumplir en las elecciones (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

En los regímenes abiertos y plurales es habitual hallar en estas reformas notables alteraciones de acuerdo con su evolución a lo largo del tiempo. En la actualidad, es normal que sean objeto de reformas en el que su propósito es, mejorar las condiciones de la contienda entre los partidos políticos, los candidatos y de las resoluciones de los votantes (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Entre los aspectos más relevantes reguladas por estas disposiciones son el derecho de voto y el padrón de electores, la modalidad de voto, las candidaturas, y la campaña electoral y el financiamiento de la política. Los primeros de estos aspectos en ser abarcado es el derecho de voto y padrón de electores. La definición jurídica del derecho de voto es “capacidad electoral activa” (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

En las democracias actuales, la basta participación de la ciudadanía en la elección gubernamental está garantizada por el principio de voto universal. Este es “el sufragio libre de condicionamientos por motivos políticos, económicos, sociales, religiosos, culturales o de género” (Aznar, L. & De Luca, M., 2015, p. 207).

Esto o significa que toda la población tenga derecho de voto. Hay algunas restricciones para ejercer el derecho de voto, que son razones relacionadas con la naturaleza del proceso electoral.

Uno de los motivos es la falta de madurez, que delimita el voto a los menores de edad, se basa en la trascendencia de las elecciones y en la relevancia de saber evaluar la importancia de éstas. Otro es el cumplimiento de los derechos civiles y políticos que asumen la no participación en las elecciones a personas que ya no cuentan con la posibilidad de intervenir en otra clase de relaciones sociales y económicas, como lo son las personas que cumplen condenas por algún delito. Al igual que lo es contar con la ciudadanía de la nación donde quiere ser partícipe del proceso democrático, ya sea por nacimiento o adquirida, dejando sin esta facultad a extranjeros nacionalizados (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

La aceptación legal de la capacidad electoral activa no incluye la incorporación instantánea al cuerpo electoral. La inscripción a un padrón electoral, censo o registro es requisito obligatorio para poder validar el derecho de voto de manera inmediata. La mayor parte de las disposiciones legales fijan que a quienes se les reconoce como acreedores del derecho de voto únicamente lo pueden ejercer en el lugar donde está su residencia y donde están integrados en el padrón electoral (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

En las democracias occidentales se extendió ampliamente el uso del sufragio, utilizando básicamente dos modalidades, el voto igual y el voto secreto. El voto igual ayudó a equilibrar la elección de integrantes del gobierno, con una real mayoría de los ciudadanos, en vez de una minoría privilegiada con más de un voto o con mayor influencia. A su vez, la modalidad de voto secreto se refiere al voto emitido de manera impresa y colocado en una urna. Tuvo la función de brindarle protección a los ciudadanos de sectores socioeconómicos dependientes, o sea, más vulnerables a coacciones (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Estas modalidades cuentan con diversas regulaciones, pero una de las más relevantes es la que hace referencia a la obligatoriedad. En varios países el sufragio es un derecho ejercido con absoluta libertad, pero en otros es derecho al igual que

una obligación por lo que el ciudadano no tiene la libertad de no participar (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Cualquier elección necesita de la presentación de candidatos. En las elecciones no competitivas y semi-competitivas los posibles postulantes de la oposición son desalentados a participar en las contiendas electorales por imposibilidad de cumplir los requisitos que pide la ley o por amenazas (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Incluso en una contienda competitiva normalmente se establecen algunas restricciones relacionadas con algún carácter personal o con la ocupación del posible aspirante (como magistrados o miembros de las fuerzas armadas). Estas restricciones forman parte de un proceso jurídico bien delimitado llamada capacidad electoral pasiva (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Un candidato no puede ser registrado oficialmente en una elección sin comprobar el respaldo de un partido político o la disposición de recursos organizativos y financieros que sean semejantes a ese respaldo (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

En algunos países, los aspirantes deben ser elegidos por los partidos políticos, pero en la mayor parte del orbe democrático, la selección de los aspirantes es un asunto es único de los partidos, éstos deciden de forma autónoma, en cuanto a su normatividad y práctica, como puede ser qué condiciones necesita una persona para poder ser postulado. Funcionan como una especie de filtro (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Otros aspectos por abarcar son la campaña electoral y el financiamiento de la política. El primero se puede definir como el periodo de la elección en el que los candidatos difunden a la opinión pública sus propuestas, muchas veces en conjunto en una plataforma o programa. Los partidos políticos y sus aspirantes recurren a diferentes medios para solicitar y tener el apoyo del electorado. A través de las campañas electorales los electores tienen la posibilidad de conocer a las personas que intentan conseguir su voto, qué partido o coalición lo apoya y cuales son las

propuestas que ofrecen impulsar si logran ganar la contienda (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Recientemente las campañas electorales han ido cambiando por la masificación del uso de nuevas tecnologías. Los partidos políticos y sus postulantes utilizan con más frecuencia los anuncios pagados en los medios de comunicación masiva para dar a conocer sus propuestas y a ellos, como al igual que las encuestas de para poder definir una estrategia de campaña. Todo este proceso ha ido incitado un enorme incremento de los costos de campaña y la enorme vinculación entre el dinero, los medios de comunicación y la política (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Debido a esto, se ha ido regulando todo lo relativo al financiamiento y las campañas electorales, sobre todo el control del financiamiento de las entidades políticas participantes. Cada vez van aumentando más iniciativas legislativas que autoricen la intervención estatal para asegurar la equidad de oportunidades para los candidatos o para que el dinero no sea un factor determinante en el resultado de la contienda. Estipulando delimitaciones, como límites respecto a la duración de las campañas, a los gastos de proselitismo, subsidios y franquicias para candidatos o partidos políticos a través del erario público, también límites en cuanto a la emisión de propaganda a través de los medios de comunicación privadas y asegurar la equidad de acceso a los de dominio estatal (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Otra norma esencial es el sistema electoral, que es “el mecanismo de cómputo de los votos y la transformación de esos votos en cargos ganados por los partidos políticos y los candidatos” (Aznar, L. & De Luca, M., 2015, p. 212).

Todos los sistemas electorales crean un impacto reductor, o sea, no todos los partidos políticos que participan en la contienda alcanzan a obtener cargos o escaños (participar como partidos legislativos). Normalmente los sistemas electorales trabajan beneficiando a los partidos políticos que obtuvieron una mayor cantidad de votos y desfavoreciendo a los partidos que alcanzaron una cantidad baja de votos.

Al ser un conjunto de reglas y procedimientos, el sistema electoral cuenta con un conjunto de elementos que lo constituyen, entre los más importantes son: el distrito electoral, la fórmula electoral, la barrera de exclusión y la estructura de boleta.

El distrito o circunscripción electoral se refiere a cada sector en las que dividen o agrupan al electorado con el objeto de la votación y el cómputo de los votos, a los cuales se les fija un número determinado de escaños a distribuir en los diversos partidos políticos participantes en la contienda. La delimitación de las circunscripciones se hace con base en estos dos elementos; la aceptación de delimitaciones ya fijadas por decisiones políticas o administrativas y la creación de nuevos límites distintos a los ya establecidos y determinados con un fin electoral definido (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

La característica más determinante del distrito electoral es la magnitud o tamaño. Este carácter se refiere a la cantidad de puestos políticos que se eligen por ese distrito. En relación con su tamaño, los distritos pueden dividirse en uninominales, cuando está en juego sólo un cargo público, y en circunscripciones plurinominales, cuando se escogen dos o más cargos (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

La magnitud de los distritos electorales es importante por el objetivo de calcular las posibilidades de los partidos políticos de alcanzar el o los cargos en juego. Uno más de los elementos fundamentales es el tamaño de la asamblea legislativa, la cual se refiere a la cantidad de escaños que están en juego en una elección. Integra una parte importante en la proporcionalidad y en el grado de multipartidismo, esto debido a que las posibilidades para los partidos más pequeños de poder acceder a la repartición de escaños disminuyen con relación a que se reduce el número de los integrantes del órgano legislativo (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Otro elemento es la fórmula electoral, la cual se entiende como “el método de cálculo que convierte en forma usualmente mecánica los totales de los votos de

los electores en una determinada distribución de los puestos en disputa entre los partidos políticos o candidatos” (Aznar, L. & De Luca, M., 2015, p. 215).

Las fórmulas electorales se dividen en dos grandes agrupaciones, mayoritarias y proporcionales. Las mayoritarias tienen como objetivo principal consolidar un gobierno y asegurar la gobernabilidad a través de la creación de mayorías legislativas. A su vez, estas se dividen en mayoría relativa o simple, el voto alternativo y la mayoría absoluta. En la mayoría relativa, se apropia de los escaños el partido político o candidato que haya tenido más votos, sin importar la diferencia de votos entre él y su opositor más cercano. Se puede ganar con un voto de diferencia respecto a cualquier otro contendiente o partido político. El voto alternativo, se enfoca más por fortalecer la representatividad de los elegidos al pedir para su consolidación más de la mitad de los votos. En la fórmula de mayoría absoluta, es similar en cuanto a que para la asignación del puesto requiere de más de la mitad de los sufragios. Ninguno de los postulantes alcanza una mayoría absoluta, se considera insuficiente y se contempla la llamada segunda vuelta o balotaje en la que solo pueden participar los dos candidatos con la mayor cantidad de votos (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Las proporcionales tienen como fin esencial asegurar una distribución equitativa de los escaños entre quienes compiten. De esta fórmula hay dos variantes, el voto único transferible y las fórmulas de proporcionales de lista. El primero se refiere a candidaturas individuales en una boleta ordinaria y en la cual los electores manifiestan sus preferencias por los candidatos con números sucesivos hasta ocupar toda la cantidad de escaños en juego en el distrito. Y las proporcionales de lista, implican la existencia de una serie de boletas separadas pertenecientes a diversos partidos políticos con un conjunto de candidatos relacionados (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

El último elemento es la estructura de la boleta de votación, en estas la contienda electoral ya no se lleva a cabo entre los postulantes individualmente, sino que es entre las boletas de los candidatos impulsadas por diversos partidos políticos, las cuales pueden tener diferentes estructuras: lista cerrada y bloqueada,

lista cerrada y desbloqueada y lista abierta. En la primera el elector expresa su apoyo a una lista, pero no puede modificar la lista ni el orden de los candidatos de esta. Al contrario, en la lista cerrada y desbloqueada, el votante manifiesta su deseo a favor de una boleta, y puede cambiar el orden en el que los candidatos aparecen en ella. De acuerdo con la normatividad electoral, puede o no modificar el orden o la colocación de uno o varios candidatos. Por último, en la lista abierta deja que el elector pueda modificar la sucesión, el nombre de los postulantes que aparecen en ella e incluso incorporar candidatos de otros partidos, básicamente, crear tu propia boleta (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

2.5 Campañas negras, negativas y oscuras

Este tema es analizado desde el punto de vista de dos disciplinas, el *marketing* político y la comunicación política, ambas están interrelacionadas y se complementan mutuamente. Es importante conocer qué es cada una de ellas, cómo funciona y sus elementos para comprender los enfoques que se le da los diferentes tipos de campañas.

Las campañas proveen de una clase de información, la que es favorable para persuadir. Los persuasores tienen una finalidad pragmática que es ganar las elecciones, su meta no es dar educación de civismo y políticas públicas a la ciudadanía, más bien es persuadirlo de que vote por un algún partido político o candidato. La información imparcial es tarea de los medios de comunicación alternativos (Martín, 2002).

Desde la perspectiva aristotélica, la persuasión no puede ser calificada como manipulación, aunque su finalidad sea modificar actitudes. Partiendo de esta perspectiva, se puede considerar que las técnicas de persuasión son inherentemente ni buenas ni malas, por lo tanto, puede servir a propósitos benignos o nocivos. Por ello, el juicio de valor no se aplica al proceso de persuasión como tal, sino a sus prácticas e incluyendo a sus fines y medios (Martín, 2002).

Se ha mencionado en el transcurso de la investigación que la persuasión es inherente a las campañas, pero no se le ha definido, la persuasión es “un proceso por el que un comunicador intenta influir en las creencias, las actitudes y la conducta de otra persona a través de la transmisión de un mensaje ante el que el auditorio mantiene su libertad de elección” (Martín, 2002, p. 21). La persuasión lleva consigo objetivos conscientes, premeditados y específicos. En las campañas políticas se busca persuadir al electorado para que vaya a las urnas y vote por un candidato u organización política determinada. La persuasión es el intento de influir en actitudes, las cuales están basadas en una serie de creencias. Las actitudes están compuestas por elementos cognitivos, afectivos y conductuales, se forman durante un lapso de tiempo, son estables, regularmente vigorizadas y difíciles de cambiar, características que deben ser tomadas en cuenta al momento de elaborar una estrategia de persuasión. El comunicador que tiene el propósito de persuadir busca influir en las actitudes porque éstas tienen influencia directa sobre la conducta de las personas. Las actitudes no pueden predecir la conducta, pero predispone a actuar de una forma en particular (Martín, 2002).

Hay otras formas de persuasión igual de fundamentales en el ámbito electoral: fortalecer las actitudes existentes, formar una respuesta (decidir al indeciso), activar (guiar a quienes ya tienen la actitud deseada a que actúen de acuerdo su dictado) y desactivar (lograr que personas pierdan el interés y no participe).

En la persuasión que se ocupa para una campaña electoral, el electorado cuenta con la posibilidad de acceder a información de cada opción política y expresar mensajes de oposición, y la posibilidad de seguir las recomendaciones del persuasor, seleccionando al candidato de preferencia o decidir no acudir a los comicios. La persuasión es la única forma de ganar apoyo para una opción política sin utilizar la fuerza. Cuando un ciudadano accede a seguir las recomendaciones de los mensajes persuasivos, es porque acepta la posición defendida (Martín, 2002).

La libertad es un elemento fundamental de la persuasión, es lo que ayuda a separar los conceptos de estrategia y manipulación. La estrategia es la creación de un plan bien definido de acción y el uso de técnicas y herramientas de comunicación acorde con ese plan. En el caso electoral, el objetivo es lograr la mayor cantidad de votos para ganar las elecciones. La estrategia para alcanzar esta meta pueda llegar a ser manipulativa, pero la existencia misma de una estrategia para persuadir no lo es. Para la autora, el concepto de manipulación se ha utilizado de forma errónea, ya que en sentido estricto su significado es el de robar a las personas su libertad de elección, en cuanto a la interpretación que se sugiere es cuando alguna persona intenta manipular en realidad, usa al receptor de su mensaje como medio para sus propios fines y no le permite crear un juicio de lo que es más conveniente para él (Martín, 2002).

La diferenciación entre estrategia y manipulación ayuda a lograr distinguir entre persuasión y propaganda. Aunque el concepto propaganda literalmente significa “lo que debe propagarse o ser propagado” (Martín 2002, p. 25), incluso, la mayoría de los diccionarios tienen esta definición o una similar, como la propagación de información, ideas y opiniones. Muchos otros autores utilizan el término propaganda en su sentido peyorativo, el cual proviene del catolicismo (en 1622 el Papa Gregorio XV creó la *Sacra Congregatio De Propaganda Fide*, que estaba encargada de propagar la doctrina católica en poblaciones no cristianas), como Harold Lasswell (1927), quien la definió como conducir opiniones y actitudes por medio de la manipulación directa de sugestión social. En la década de 1940, existió la propaganda nazi, fascista y la comunista, lo que empujó al concepto de propaganda un poco más al sentido negativo.

Por lo anterior, Lourdes Martín (2002) no utiliza el término propaganda para no caer en confusiones o ambigüedades. Aunque el concepto, inherentemente, es la difusión de información o ideas, para la autora también tiene un significado negativo. Para referirse a las campañas o propagandas negras, oscuras o negativas que aborda esta investigación, la autora utiliza el término manipulación.

Después de esta introducción de elementos básicos que integran al marketing político y a su vez a la comunicación política, el siguiente punto es la definición de ambos conceptos.

La comunicación política es “un proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes” (García & D’Adamo, 2006, p.81), aunque es bastante simple esta definición, se entiende la importancia de la comunicación en el ámbito político.

Al mismo tiempo, la comunicación política también es, en cierta medida, una especie de investigación aplicada que se enfoca en comprender las consecuencias de los medios de comunicación para alcanzar a mejorar los resultados políticos (campañas electorales, políticas públicas, etcétera). Lo político es una condición esencial de la comunicación, siendo entendida desde la perspectiva de las relaciones poder que se establecen (Del Valle, 2008).

Basándose en las categorías que concibe Guilles Achache, hay tres tipos de modelos de comunicación política, el modelo dialógico, el modelo propagandista y modelo de marketing político (Sánchez, 2010).

El modelo dialógico es el más antiguo y el que posee legitimidad más sólida. La característica de este modelo es el diálogo de doble sentido, el intercambio de ideas u opiniones y de racionalidad, por ello, es que es la que tienen más legitimidad. Los actores son individuos que son racionales, libres e iguales. La razón es la capacidad que tienen las personas de formar un argumento que se pueda entender en un sentido recíproco y que su mensaje sea de validez universal, también es el motivo fundamental por la cual puede existir el diálogo y la condición que dos interlocutores comparten para formar ideas y convicciones. En este modelo existen equidad de posibilidades para usar la palabra, el emisor y el receptor intercambian sus palabras, presentándose la retroalimentación en el desarrollo de comunicar (Sánchez, 2010).

En el modelo propagandista uno de sus temas centrales es la ideología, en la cual no hay réplica, no se discute, en este modelo los asistentes son solo

auditorio, una masa. El público al que se dirige es a la persona que está considerada como colectivo y dominada por sus afectos, el público que escucha es la masa. A diferencia del modelo dialógico, que se basa en la razón, en propagandista es el afecto, recurre más a los sentimientos que a la razón (Sánchez, 2010).

El modelo de mercadotecnia política es el modelo dominante de la comunicación política. La mercadotecnia ha utilizado diversos criterios para segmentación de la sociedad, con el objetivo de delimitar óptimamente la demanda y definir los mercados. El inicio de la mercadotecnia política está relacionado con la propagación del mercado masivo, del cual forma una solución. La comercialización redefinió el mercado internamente, es decir, como un conjunto de diferentes zonas o *targets*, cada una caracterizándose por demandas y necesidades específicas y diferente a las de los demás, así la mercadotecnia política logra instalarse en una esfera política más plural que acepta los diversos tipos de público y adaptándose a ellos. La mercadotecnia logra darle voz, a través de la construcción de imagen, a personas invisibles, comunes, con características muy comunes y que pertenecen a la masa. En cambio, el receptor es un público pasivo que permite seducirse por los recursos psicológicos y emocionales que utiliza la publicidad política. Normalmente, no son críticos y evitan temas que no sea de su interés particular. Mientras que el modelo dialógico utiliza medios discursivos, el propagandista utiliza mayormente imágenes, el modelo de mercadotecnia política utiliza todos los medios de comunicación, la publicidad y sus técnicas ejercer un papel privilegiado (Sánchez, 2010).

En esta investigación se utiliza el concepto mercadotecnia política para diferenciarlo de *marketing* político. La diferencia recae en que la primera algunos autores consideran que la mercadotecnia política es parte de la comunicación política, mientras que otros plantean que el marketing político es una disciplina a parte, derivada directamente del marketing comercial. Para aclarar estas diferencias se utilizarán los siguientes párrafos.

El *marketing* político puede ser considerado como la utilización de la teoría y técnica de la mercadotecnia comercial a la política (Martín, 2002). Una definición

más completa es la de Barranco (2010, p.20) “es una especialidad del *marketing* (comercial) cuyo objetivo final es vender una ideología, un programa o un candidato”.

El concepto de *marketing* político fue utilizado por primera vez en las campañas electorales de la década de 1950. Aunque siempre el proceso electoral tuvo influencia del *marketing*, con el pasar del tiempo se fue definiendo hasta llegar a la profesionalización de este y llegar a ser considerado una disciplina independiente (Martín, 2002). Aunque están estrechamente relacionadas con bastantes similitudes ambas tienen diferencias remarcables.

En su inicio tuvo más similitud con el *marketing* comercial ya que las primeras campañas electorales se contrataban en su mayoría a agencias de publicidad que no eran específicas para el área política. Ambos son herramientas de persuasión, en este sentido son algunas de sus similitudes, como lo son: es necesario que sus profesionales conozcan a detalle el producto o servicio que se pretende impulsar en el mercado o auditorio, también, que conozcan a profundidad a la competencia y finalmente, conocer lo mejor posible al *target* que planean dirigirse. Ambos comparten la existencia de organizaciones, que pueden ser las empresas o los partidos políticos, que compiten entre ellos para alcanzar el apoyo de un público, o sea, los consumidores o el electorado, al que le muestran su opción, que son, productos y, candidatos o programas. Su objetivo es atraer una parte considerable del mercado o del voto, utilizando la publicidad para transmitir su mensaje de la forma más visible (Martín, 2002).

A parte de la importancia de tener una estrategia de persuasión, la diferencia entre comunicar un producto y comunicar un candidato y un programa político son diversas y cruciales. Comenzando por la función que tienen los medios de comunicación en el proceso es bastante distinto, los productos comerciales no aparecen o no son comentados en noticias, y no están expuestos al escrutinio público al cual sí lo están los políticos. Las organizaciones políticas están limitadas estrictamente en cuanto a tiempo y recursos para crear su campaña, por lo que sus estrategias toman en cuenta a estos límites (Martín, 2002).

Probablemente la diferencia más remarcable es que en este tipo de *marketing* el producto que presenta es una persona o conjunto de ellas, con sus puntos positivos y defectos, con sus expectativas e intereses, personas racionales expuestas a las situaciones contextuales que aquellos que van a votar (Barranco, 2010).

Otras diferencias sustanciales son: primero, en contraste con el marketing político que hay una cantidad limitada de partidos políticos, en el comercial existe una basta cantidad de productos o servicios ofrecidos. Segundo, el *marketing* político es efímero y el comercial es habitualmente permanente. Tercero, la finalidad del *marketing* político es ganar las elecciones o lograr la aprobación del electorado y en la comercial el fin único es monetario (Valdéz, 2003).

El objetivo del *marketing* político dista bastante en relación con el al comercial, en contraste con las empresas, las organizaciones políticas no se basan en el margen económico, más bien, por la convicción de ganar la contienda para lograr la realización de una ideología política o un programa.

El fin del *marketing* político necesita definir estrategias y tácticas que garanticen el triunfo en la campaña electoral, aquellas deben de ser las que logren cumplir con las necesidades y deseos del electorado al que va dirigido. Para lograrlo, es importante enfocarse en una imagen positiva del candidato, para ello se debe analizar la percepción de los votantes sobre los candidatos, de las acciones de comunicación realizadas y de los demás elementos mezclados que emanan del *marketing*, con la finalidad de formular y transmitir correctamente los mensajes de la campaña que puedan influir en la toma de decisión del electorado hacia el camino para lograr su voto (Barranco, 2010).

Las campañas políticas son más parecidas a las estrategias bélicas, de ahí el origen de su nombre, viene del lenguaje militar y varios autores hacen analogías bélicas, además que el marketing político se basa en el trabajo de estrategias militares (Martín, 2002).

Una disciplina emanada del *marketing* político que muestra el apogeo de las campañas negativas es la investigación de la oposición. El candidato designa a uno o varios integrantes de su equipo investigar el currículum de su o sus oponentes. Hay cinco fuentes básicas de información: la de organismos públicos, la obtenida de los medios de comunicación, pormenores de su anterior campaña, información de su trayectoria, profesional e información personal. La recaudación de la información no es necesariamente para la campaña negativa, es para tenerla a la mano para el momento que se pueda necesitar. Esta información debe de contener dos requisitos, la información debe ser obtenida de manera legal y ajustarse a la verdad y hacer un ataque relevante (Martín, 2002).

2.5.1 Definición de campañas negativas, negras y oscuras

Es útil reiterar la definición de Saldaña & Cortés (2013) sobre la campaña negra, la cual es, aquella de la que no puede identificarse su génesis verdadero. Partiendo de aquí, identificaremos los otros dos tipos de campañas. La diferencia más importante de la campaña negra y la oscura es el objetivo por lograr, y su propósito es ganar una elección, la segunda su duración es hasta conseguir el objetivo, el cual habitualmente es la muerte política. Además, la primera tiene fecha de inicio y de expiración, normalmente finalizan junto con el término del proceso electoral, mientras que las segundas buscan la eliminación del objetivo político más allá del proceso electoral, incluso su duración puede prolongarse años. Trabajan de la misma manera ambas y tienen el mismo tipo de argumentación, pero la campaña oscura busca maximizar mucho más los daños. Siendo su objetivo la eliminación de su objetivo político.

Como se ha mencionado ambas comparten elementos, de los cuales un elemento remarcable es la mentira. La cual tiene tres tipos de variantes, las supresiones, las adiciones y las deformaciones. La función de la mentira es confundir al receptor partiendo de la alteración del objeto que el receptor acepta. Es importante que, si no se elige bien el medio, no habrá una correcta transmisión y recepción por parte del grupo objetivo. La mentira se utiliza para crear

desinformación que tienen como finalidad lograr un cambio en la manera de comprender a algún candidato (Saldaña & Cortés, 2013).

Este tipo de campañas negras o también llamadas propagandas negras son consideradas como instrumentos de poder, con el objetivo de desinformar o crear una opinión dentro de la sociedad respecto a una persona, candidato, grupo político o gobierno. A su vez, las oscuras es una herramienta de erradicación, en la forma que busca finalizar con el objetivo que incomoda a un organismo o una persona (Saldaña & Cortés, 2013).

La campaña oscura utiliza procesos de observación y supervisión más específicos y detallados que los que necesitan las campañas negras, ya que para cumplir su objetivo no puede dejarse a la ligera. Su fin es demasiado serio como para improvisar. Es la última defensa de cualquier organización política, sin importar el tipo de moral que digan tener. Aunque las campañas oscuras son amorales, ya que no está considerando visión ética alguna de que quiere hacer o deshacer. Además de que no siguen ninguna ideología, lo que también le favorece para cumplir con su finalidad de forma más eficaz, trabajando con mayor libertad (Saldaña & Cortés, 2013).

En cuanto a las campañas negativas, son “aquellas que describen o llaman la atención sobre los defectos o las debilidades de un candidato o sus posiciones políticas” (Martín, 2002, p.233).

Aunque como ya fue mencionado al inicio de esta investigación, la definición más adecuada de campaña negativa para este trabajo es la de García, D’Adamo & Slavinsky (2005), que es “más que ocuparse de remarcar virtudes del candidato apunta a resaltar los defectos del adversario: un candidato no realza sus elementos propios positivos, sino que destaca lo negativo que representa el oponente (...). Es la manifestación de un argumento político, que puede ser tanto verdadero como falso, que trata de poner en duda la aptitud de un candidato para el cargo que pretende”.

Una analogía que ayuda a encontrarle el sentido a las campañas negativas es la de Schwartz, 1987), “la política es como el boxeo. La reacción del público es muy similar a la de un combate. A nadie le gusta el que pega sucio. Y a nadie le gusta el que no pega”, la menciona Lourdes Martín (2002, p. 234).

2.5.2 Características de las campañas negativas

Pérez de la Fuente (2014) inicia su apartado de anuncios negativos con una breve explicación sobre porqué el uso de propaganda negativa presenta una serie de problemáticas entre libertad de expresión y la calidad democrática. Analiza la cuestión antes mencionada a través de distintos argumentos, en contra, hipótesis de la superficialidad, hipótesis del cinismo, hipótesis de la desmovilización, y a favor, hipótesis de la información, hipótesis de la implicación, e hipótesis de los efectos diferenciales.

En una campaña negativa los ataques pueden contra el carácter, las acciones, las intenciones, el pasado, los colaboradores o las políticas del candidato. Los ataques pueden ser parte de la iniciativa de una estrategia o ser respuesta a las acciones de un contrincante.

Hay diferentes fórmulas por las cuales se pueden hacer campaña negativa. La primera es la apelación al miedo, trata de hacer ver la posibilidad de que suceda un acontecimiento desagradable y señala la lo que se puede hacer para que no suceda ese resultado, intentado convencer a quienes votarían por el contrincante o movilizar el voto propio. Los mensajes pueden contener diferentes tipos de miedo: miedo permanente, la inquietud de la ciudadanía a perder algo valioso, y el miedo concreto, el que un candidato o partido pueda ocasionar. Usualmente ambos se interrelacionan (Martín, 2002).

El ataque directo, es el más repudiado por el electorado indeciso. Normalmente los ataques van asociados al candidato con malas relaciones, como predecesores o compañeros de partido corruptos o fracasados. Las asociaciones

también pueden hacerse con organizaciones que tienen imagen negativa. Su finalidad es dar una razón para no votar por el candidato atacado (Martín, 2002).

Yuxtaposición, las comparaciones ponen frente a frente a las cualidades o a la persona del candidato. Casi todas las campañas tienen este tipo de mensajes, mostrando los contrastes más notorios entre los candidatos, ya que usualmente el punto fuerte de un candidato puede ser el más débil del otro (Martín, 2002).

Hay un elemento que puede llegar a ser contraproducente y ese es la réplica, ya que dentro de la investigación consultada por el autor (Martín, 2002) concluye que los ataques que no son contestados tienen mayor eficiencia. Aunque muchos autores consideran que la mejor defensa es un buen ataque, no es necesario un nuevo ataque. Lourdes Martín (2002) propone que una buena solución son los cuatro tipos de defensa que plantea Bryant, las cuales son, la negación, la explicación, la disculpa que únicamente debe darse una vez de forma clara y el contraataque. Lo idóneo es utilizar más de un tipo de defensa para mayor eficacia, asegurando mejores resultados.

A pesar de que responder los ataques es necesario y probablemente pueda dar un buen resultado, es una estrategia limitada, ya que la mayor parte de las ocasiones solo logra minimizar el daño ya ocasionado y un ataque realizado en los últimos momentos de campaña es difícil rebatirla. Una alternativa bastante funcional es utilizar los ataques antes de que se realicen, o sea, inocular. Si se brinda al electorado argumentos de defensa y refutaciones para un mensaje al que todavía no ha sido expuesto, cuando reciba el mensaje persuasivo tendrá la habilidad de refutarlo y de hacerle resistencia a la persuasión. Siguiendo esta teoría, un candidato podría neutralizar posibles ataques que podrían utilizarse en su contra y aún antes de que se produzcan, eso es posible cuando se conocen claramente los puntos débiles del candidato. Otro factor benéfico que produce es el aumento de simpatía que produce por la víctima del ataque, creando empatía del electorado. Esta práctica ya se ha utilizado en campañas en Estados Unidos, la utilizó Ronald Reagan en 1984, Bill Clinton en 1992 y George W. Bush en el 2000 (Martín, 2002).

Aunque las campañas negativas parecen producir mayor rechazo por parte del electorado, los consultores consideran que es una de las herramientas con mayor eficacia, eso es porque los anuncios negativos son más fáciles de recordar, pero la principal función que desempeñan las campañas negativas es reforzar al electorado convencido, aunque puede tener efectos contrarios al también reforzar a los simpatizantes de la víctima del ataque, también puede ser eficiente porque el rechazo inicial es propenso a desaparecer más fácilmente que el contenido del mensaje. Una forma de reducir el rechazo a este tipo de prácticas es priorizar lo descriptivo de lo argumentativo, y estructurar ataques implícitos. Hay estudiosos sobre el tema que determinan que el uso excesivo de la campaña negativa puede dañar no sólo a un candidato o elección determinada si no también al mismo sistema democrático, también puede dañar la democracia porque incitaría al abstencionismo (Pérez de la Fuente, 2014).

Pérez de la Fuente (2014) hace un análisis de las campañas negativas o como el las denomina “anuncios negativos”, dicho análisis lo hace a través de los siguientes argumentos: hipótesis de la superficialidad, hipótesis del cinismo, hipótesis de la desmovilización, hipótesis de información, hipótesis de la implicación, por último, hipótesis de los efectos diferenciales.

En el primero, habla de los *spots* audiovisuales y cómo su efímera y corta duración son dañinos a la calidad democrática, ya que en treinta segundos no es posible transmitir suficiente información, además de que el material audiovisual fomenta la minimización de la importancia de los asuntos políticos, enfocándose en aspectos personales del candidato o de otros asuntos banales pero polémicos, el autor sugiere algunos aspectos en los que la calidad democrática se ve afectada, “el debate racional y deliberativo pierde valor por anuncios negativos, superficiales, de treinta segundos que proveen poco contexto e información sustantiva (...) e información falsa y engañosa (...) además de que apelan a emociones que a razón” (Pérez de la Fuente, 2014, p. 102). En su segunda hipótesis menciona como el uso de herramientas que ayuden a desacreditar o dañar la imagen de diversos candidatos supone una pérdida de credibilidad en la política y los políticos, por lo

que muchas veces el efecto no es el deseado, creando una pérdida de confianza en el sistema político, alejando a la ciudadanía de la política. En la tercera hipótesis dice que al haber tanto ataque continuo transforma a la política en un campo de batalla, por lo que los ciudadanos pierden el interés de participar en el proceso electoral (Pérez de la Fuente, 2014).

En la cuarta hipótesis habla de como los anuncios políticos llegan a tener más valor informativo para buena parte de la ciudadanía del que usualmente tienen. De cierta manera es benéfico que los contrincantes develen los puntos negativos de los candidatos ya que usualmente un candidato siempre muestra sus características positivas, así también promueve el debate. En cuanto a la hipótesis de la implicación, es lo opuesto a la hipótesis de la desmovilización, menciona que los anuncios negativos promueven que la ciudadanía se involucre en los asuntos políticos, por lo tanto, la estimulación en participar en los comicios, las razones por las cuales el autor sostiene también esta hipótesis son que los anuncios negativos proporcionan un considerable número de información trascendente, la información negativa tiende a ser distribuida en mayor cantidad que la positiva, los anuncios negativos tienen la posibilidad de desarrollar respuestas afectivas por parte del electorado provocando mayor entusiasmo y por lo tanto, mayor participación. Por último, la hipótesis de los efectos diferenciales habla de como los anuncios negativos tienen mayor efecto en las personas que requieren más la información, o sea quienes tienen menor conocimiento sobre los asuntos políticos, esta información es superficial, acotada y subjetiva sobre el tema, creando un elemento emocional a los que menos conocimiento tienen sobre el tema (Pérez de la Fuente, 2014).

La propaganda negativa puede ser vista como una forma de fomentar en la ciudadanía la participación en los asuntos políticos y de contrarrestar la apatía, haciendo más interesante y comprensible el proceso electoral. Es importante señalar que no toda la propaganda negativa es igual, pueden diferenciarse en cuanto a los ataques dirigidos a asuntos políticos, que pueden ser el currículum político del candidato, propuestas anteriores y resultados electorales pasados, o los

que van dirigidos a cuestiones personales, que pueden incluir, historial familiar, historial clínico e incluso vida sexual, por lo que el autor considera que los más beneficiosos son los ataques sobre asuntos políticos. También De la Fuente propone una clasificación del contenido basada en Brooks, la primera clasificación diferencia el mensaje positivo (habla de los logros propios) del mensaje negativo (critica los logros del contrincante). La segunda clasificación diferencia a los mensajes fundamentados en rasgos (sobre características personales) de los mensajes basados en asuntos políticos y, la tercera clasificación distingue al mensaje negativo civil (que se refiere al respeto mutuo) del negativo incivil. Para entender mejor estas clasificaciones se presenta la tabla siguiente (Pérez de la Fuente, 2014).

Tabla 1

Clasificación de contenido de campaña negativa

	Asuntos	Rasgos
Positivo	Candidato ideal	Cálido y afectivo
Negativo civil	Duro negativo, pero justo	Duro y personal
Negativo incivil	Mezquino y centrado	El injuriador

Fuente: Tomado de Pérez de la Fuente, 2014, p. 109.

La publicidad política negativa puede adquirir diversas morfologías, como es, la comparativa de las diferentes fuerzas políticas existentes, obteniendo una conclusión positiva hacía el partido que ataca; el recurso de la retórica emocional,

a través del humor, ironía, simbolización y demás se intenta relacionar valores negativos con el partido opositor. Para lograrlo se recurre a la incertidumbre y miedo del electorado, logrando desconfianza sobre la eficacia y la honradez del adversario. (Canel, 2008).

Un análisis bastante claro es el que Canel (2008) hace de otros autores sobre el carácter de la publicidad negativa, menciona que pueden ser de diferentes tipos, como reactivos, en donde al no poder hacer réplica de un ataque se contesta creando uno nuevo; proactivos, cuando se busca adelantarse al adversario sobre el contenido negativo de sus ataques, para tener herramientas y defenderse.

2.6 El internet en las campañas políticas

El internet apareció en la vida política en 1996, creando una verdadera transformación en cuanto al uso de las nuevas tecnologías de la información, este hecho se suscitó en Estados Unidos, marcando la pauta del uso de esta herramienta, a partir de ahí, otros países empezaron a hacer uso del internet con fines políticos. Se extendió muy rápidamente por todas las ventajas que ofrece este tipo de tecnología como es la facilidad de tener acceso a información de interés, la difusión de información al instante, la enorme oferta de vías para la interacción con el electorado; por todo lo anterior, hace mucho más fácil que los votantes tengan conocimiento de los candidatos y sus propuestas. Además de que magnifica la comunicación horizontal, es barato en comparación de los otros medios de comunicación masiva, no tiene límites geográficos y (en algunos países) impide la intervención del gobierno y es más difícil su monitoreo (Canel, 2008).

En cuanto al uso del internet como medio de la publicidad negativa, se puede utilizar de dos formas, para difundir información amplia con espacio ilimitado abarcando todos los temas y puntos necesarios con imágenes, videos, audios y demás, y también se utiliza como para distribuir otro tipo de información sobre la campaña , como pueden, ser los spots publicitarios, sin tener que pasarlos por le filtro de otros medios de comunicación, también abre la oportunidad de quienes no cuenten con

el recurso necesario para anunciarse en otros medios de comunicación puedan hacerlo a través del internet (Canel, 2008).

2.7 Conclusiones capitulares

En este capítulo se abordó desde la democracia que es el punto de partida para poder definir y entender las campañas negativas, pasando por otros conceptos que son vitales para comprender correctamente todos los factores que conlleva una campaña negativa.

Por lo que se pudo apreciar en autores como Sartori o Touraine, ambos conciben a la democracia como una idea muy compleja como para poder definirla en unas cuantas palabras. Incluso Sartori (1987) menciona que el enfoque depende de la definición o idea que se tenga sobre qué es, qué puede ser o qué debe ser la democracia. Etimológicamente democracia significa el poder del pueblo, aún en su expresión literal existen algunas ambigüedades, ya que *demos* se traduce como pueblo, pero para los romanos el concepto “pueblo” era bastante peculiar y no es exactamente el mismo que existen en la actualidad, por lo que el concepto actual dista mucho de la democracia griega (Sartori, 1988). Por lo que Sartori (1987) limita la interpretación de “pueblo” en seis categorías: literalmente todo el mundo, no es posible, en la antigua Grecia no se incluían a mujeres, a los no libres ni esclavos, en cuanto a la actualidad, se excluyen a los menores de edad, enfermos mentales, criminales que cumplen sentencia y los no ciudadanos; un gran número, no logra dar un criterio claro de cómo poder delimitar ese “gran número”; clase baja, al concebir al pueblo como proletariado se está excluyendo de este a los burgueses; totalidad orgánica, concibe al pueblo de forma individualista y no colectiva ; principio de mayoría absoluta, decide a través del criterio de que los más cuentan como todos y los menos como nadie; y principio de mayoría limitada, sigue el criterio de que los más se mantienen sobre los menos. Pero el “pueblo” no consiste literalmente en todo el mundo, tampoco a la mayor parte de la ciudadanía, más concretamente, pueblo se divide en una mayoría y en una minoría. Desde otra óptica, Dahl (1989) dice que *demos* es un grupo reducido de personas poseen el derecho de participar

en el gobierno y este grupo se podría entender como ciudadanos o la ciudadanía. En cuanto *kratos*, o sea el poder, Sartori tiene una definición desde la perspectiva práctica, “la fuerza y la capacidad de controlar a los otros” (Sartori, 1988, p. 52). La expresión “poder del pueblo” es una frase inexacta, ya que no explica sobre quién es ese poder, por lo que es más acertado “el poder del pueblo sobre el pueblo”, así también se entiende que poder no es únicamente ascendente, sino también descendente (Sartori, 1988). Por lo que la definición de democracia de Sartori es la más idónea y completa para este trabajo, “la democracia concebida como el gobierno mayoritario limitado por los derechos de la minoría, se corresponde con todo el pueblo, es decir, con la suma total de la mayoría y la minoría (...) El principio de mayoría exige mayorías cambiantes, el que las diversas partes del cuerpo político puedan ser alternativas de poder” (Sartori, 1988, p. 57).

Ahora que ya se definió qué es la democracia, los siguientes conceptos son la democracia directa y la democracia representativa. En la primera, las decisiones de carácter político la toman directamente los ciudadanos y en la segunda, las toman los representantes electos por los ciudadanos y organismos designados por estos representantes (Gil, 2017), en este capítulo se hizo un breve análisis cronológico de la evolución de la representación, que fue desde los germanos hasta la creación y desarrollo del parlamento inglés enfatizando que los movimientos democratizadores del gobierno de los Estados nacionales no comenzaron de la nada. Para el trabajo el concepto a seguir es la democracia representativa, la cual da como resultado los conjuntos legislativos representativos, estos forman parte de las instituciones más comunes del orbe político. Este sistema representativo no existía en la antigua Grecia, Aristóteles concebía que un “Estado” libre no podía ser en un territorio extenso o con población muy dispersa (Gil, 2017); por lo tanto, desde la Grecia clásica hasta el siglo XVII, la posibilidad de que un cuerpo legislativo fuera (en su totalidad) de representantes electos quedó fuera de la teoría y práctica. Ya en el siglo XVII, se crea la representación por parte de una institución medieval de gobierno monárquico y aristocrático, su origen se remonta en Inglaterra y Suecia, en las asambleas creadas por el monarca o, muchas veces, por los mismos nobles para tratar temas de Estado; Los convocados pertenecían a diversos estamentos,

representando a éstos, los representantes se reunían por separado; Los estamentos terminaron simplificándose en dos, los lores y los comunes, representados en cámaras separadas (Dahl, 1989). La transformación que se ocasionó en la democracia a partir de la incorporación de la representación tuvo profundas consecuencias; la más importante, fue que el gobierno popular ya no era exclusivo de Estados pequeños, ahora podía incluirse hasta grandes conglomerados humanos; desde entonces la idea de la democracia pareció factible para las naciones del mundo moderno (Dahl, 1989). Debido a que la representación es para territorios y población grandes, en el Estado nación surgieron una gran variedad de intereses y de grupos de intereses; ocasionando luchas y conflictos de facción que antes no existían y eran consideradas destructivas para la democracia; después, el conflicto político llegó a ser visto como algo común (Dahl, 1989).

El concepto que sigue es la democracia electoral, es en la cual existen elecciones libres y justas, en donde la mayor parte de la ciudadanía tiene derecho al voto y existe una competencia entre los candidatos contendientes por algún cargo público; la definición anterior es un tanto minimalista; no hace referencia a la calidad de la vida democrática, o sea, la protección de las libertades y derechos de los ciudadanos, ni tampoco a la calidad de las políticas públicas de la democracia electoral (Smith, 2004). En este capítulo el autor que más se citó para este concepto fue a Przeworski (1991), quien tiene otra definición aún más simple, la democracia electoral es un sistema en el cual ciertos partidos no ganan elecciones; en este tipo de democracia existe una diversidad de fuerzas que contienden dentro de un marco constitucional, los participantes de dicha contienda tienen a su alcance recursos económicos, organizativos e ideológicos, muchas veces en desigualdad; este resultado depende de los recursos y de las instituciones relacionadas a todo el proceso; además de que en este proceso existen partidos políticos, en los cuales hay diversos intereses, valores y opiniones, y también una competencia regulada a través de un conjunto de normas (Przeworski, 1991). La democracia electoral es un sistema para plantear los conflictos, los resultados dependen de la preferencia de los participantes, pero ninguna fuerza en específico define o controla el desenlace de los hechos, porque ninguna de las fuerzas políticas participantes conoce con

adelante como se desarrollarán los conflictos particulares, ya que el resultado de sus acciones depende de las acciones de los demás y éstas no pueden preverse; los participantes conocen los escenarios posibles ya que cualquier desenlace posible está delimitado por el marco institucional. Por marco institucional, se refiere al conjunto de órganos normativos, el cual, se va adaptando a las nuevas necesidades que van surgiendo. Dentro de lo positivo que ha aportado la democracia electoral son resultado de las negociaciones entre los dirigentes o actores principales de las fuerzas político-sociales, es más que un proceso deliberado ya que las elecciones funcionan como instrumento para legitimar estos resultados, como también, para ratificar en sus cargos a quienes lo han logrado (Przeworski, 1991). Para poder desarrollarse de forma idónea, la democracia electoral debe contar con condiciones como garantizar los derechos de los ciudadanos, los cuales buscan asegurar la existencia de protección constitucional de la libertad individual y de expresión dentro del ámbito político, también se orientan hacia la tolerancia de la discrepancia y a asegurar la libre expresión; para su existencia se necesita de diversas garantías, como lo son libertad para crear organizaciones y afiliarse o sumarse a ellas (sindicatos o partidos de oposición), libertad de expresión y acceso a fuentes alternativas de información (a través de la libertad de prensa), estas garantías permiten a agrupaciones y a individuos expresar sus opiniones e ideas, como también crean la base para lograr una verdadera competencia entre los contendientes al poder, para así poder lograr unas elecciones libres y justas (Smith, 2004).

El siguiente concepto importante de este capítulo es el proceso electoral. En este capítulo primero se definió lo que es una elección para entender primero uno de los elementos más fundamentales de el proceso electoral, cuya definición es “un mecanismo institucionalizado a través del un grupo de individuos expresa sus preferencias para decidir quiénes se desempeñarán en los puestos de un órgano, unipersonal o colegiado, con atribuciones de gobierno, representación o control y, por lo tanto, con autoridad sobre ese mismo grupo” (Aznar, L. & De Luca, M., 2015, p. 202); la elección supone la existencia con anterioridad de un cuerpo electoral, una contienda con al menos un participante o grupo de candidatos, para uno o

varios puestos reconocidos, una normatividad para el conteo de votos y un criterio de decisión para establecer la asignación del puesto público por contender; una de las funciones más importantes de las elecciones es que legitima el ejercicio del poder y el gobierno de una fuerza política, partido político o coalición, a través de las elecciones son considerados legítimos los ocupantes del cargo público, incluso por sus adversarios políticos (Aznar, L. & De Luca, M., 2015). En este capítulo se mostró una variedad de clasificaciones de una elección pero las más simples son las siguientes, la primera que aparece es por su estatus político del cargo o los cargos a contender; nacional (participa el electorado de todo el país, en segundo orden están las elecciones subnacionales (participan estados, provincias, regiones, etc.) y supranacionales (como el parlamento europeo); otra clasificación que tienen las elecciones es en base a su nivel de intermediación, ya sea en directas (el electorado escoge instantáneamente al candidato de su preferencia) o en indirectas o también de segundo grado (se vota por una reducida agrupación de personas, delegados o representantes que toman la decisión en su lugar) (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

Es importante mencionar que cualquier elección se desarrolla dentro de una serie de normas que determina las condiciones para ser elector o candidato, también establecen el contexto en el cual se desarrolla la contienda. Estas normas se están estipuladas en las constituciones, leyes e incluso en reglamentaciones de menor nivel; entre los aspectos más relevantes reguladas por estas disposiciones son el derecho de voto y el padrón de electores, la modalidad de voto, las candidaturas, y la campaña electoral y el financiamiento de la política. Otros aspectos por abarcar son la campaña electoral y el financiamiento de la política. El primero se puede definir como el periodo de la elección en el que los candidatos difunden a la opinión pública sus propuestas, muchas veces en conjunto en una plataforma o programa; ya que los partidos políticos y sus aspirantes recurren a diferentes medios para solicitar el apoyo del electorado (Aznar, L. & De Luca, M., 2015). Recientemente las campañas electorales han ido cambiando por la masificación del uso de nuevas tecnologías. Los partidos políticos y sus postulantes utilizan con más frecuencia los anuncios pagados en los medios de comunicación

masiva para dar a conocer sus propuestas y a ellos, como al igual que las encuestas de para poder definir una estrategia de campaña; este proceso ha incitado un aumento exponencial de los costos de campaña y la relación se ha hecho más estrecha entre el dinero, los medios de comunicación y la política; en consecuencia, se ha ido regulando todo lo relativo al financiamiento y las campañas electorales, sobre todo el control del financiamiento de las entidades políticas participantes; estipulando delimitaciones, como límites respecto a la duración de las campañas, a los gastos de proselitismo, subsidios y franquicias para candidatos o partidos políticos a través del erario, también límites en cuanto a la emisión de propaganda a través de los medios de comunicación privadas y asegurar la equidad de acceso a los de dominio estatal (Aznar, L. & De Luca, M., 2015).

El último concepto que se analiza en este capítulo es el de las campañas negativas. En este capítulo primero se dio la definición de campaña negra y las diferencias entre esta y la campaña oscura; prácticamente la campaña negra es aquella de la que no se puede identificarse su origen verdadero; la diferencia fundamental entre la campaña negra y la oscura es el objetivo a alcanzar, el propósito de la primera es ganar una elección, mientras que de la segunda es la muerte política del adversario, además de la duración, la negra solo dura el lapso de una campaña y la oscura permanece hasta alcanzar su objetivo; trabajan de la misma manera ambas y tienen el mismo tipo de argumentación, pero la campaña oscura busca maximizar mucho más los daños; ambas comparten elementos, de los cuales un elemento remarcable es la mentira; tiene tres tipos de variantes, las supresiones, las adiciones y las deformaciones; la función de la mentira es confundir al receptor partiendo de la alteración del objeto que el receptor acepta. La mentira se utiliza para crear desinformación que tienen como finalidad lograr un cambio en la manera de comprender a algún candidato. Las campañas negras son consideradas como instrumentos de poder, con el objetivo de desinformar o crear una opinión dentro de la sociedad respecto a una persona, candidato, grupo político o gobierno; a su vez, las oscuras es una herramienta de erradicación, en la forma que busca finalizar con el objetivo que incomoda a un organismo o una persona (Saldaña & Cortés, 2013). En cuanto a las campañas negativas, en este capítulo se

abordaron dos definiciones, la primera es más compacta, es “aquellas que describen o llaman la atención sobre los defectos o las debilidades de un candidato o sus posiciones políticas” (Martín, 2002, p.233) y la segunda es una definición más completa que fue recabada de García, D’Adamo & Slavinsky (2005), es “más que ocuparse de remarcar virtudes del candidato apunta a resaltar los defectos del adversario: un candidato no realza sus elementos propios positivos, sino que destaca lo negativo que representa el oponente (...). Es la manifestación de un argumento político, que puede ser tanto verdadero como falso, que trata de poner en duda la aptitud de un candidato para el cargo que pretende”. Por lo anterior, se puede entender que la diferencia entre los tres tipos de campaña radica en el objetivo y la intensidad principalmente; La campaña negra busca desprestigiar a su o sus rivales políticos para ganar una elección, la campaña oscura tiene como meta eliminar de la vida política a un oponente y finaliza hasta alcanzar su meta y la campaña negativa utiliza información negativa o parte de esta y resalta sus defectos para desacreditar a un oponente durante una contienda electoral.

Capítulo III. Marco Jurídico electoral en México

3.1 Proceso electoral

El proceso electoral en México ha pasado por múltiples transformaciones, tanto como sus normas e instituciones electorales como de igual manera el sistema de integración de los órganos representativos para lograr plasmar en ellos la diversidad ideológica y política que va aumentando en el país.

Estas diversas transformaciones iniciaron de forma definida en 1977, a través de múltiples reformas electorales, que por sí solas no significaban un cambio significativo o una coyuntura notoria entre el pasado o que significara un momento fundamental. La transición se fue dando de forma paulatina, los cambios fueron presentándose.

El proceso de transición a la democracia se gestó a través de siete reformas electorales, que fueron las que marcaron el camino del cambio en diversos aspectos, tales como, la representación política, en el diseño de las instituciones encargadas de organizar y escutar en las elecciones, en los procedimientos electorales, como de igual forma, las condiciones y la calidad de la contienda democrática. Las reformas mencionadas son las de 1977, 1986, la de 1989-1990, la de 1993, 1994, 1996, 2007 y la de 2014 (Córdova, 2019).

Todos estos cambios tuvieron metas definidas que ayudaron a reforzar los cambios que ya se habían implementado anteriormente, o también, incluir nuevas transformaciones que adicionaban a las ya existentes.

Para entender el porqué de estos cambios es necesario contextualizar un poco más a profundidad. La existencia de los partidos políticos de oposición era testimonial. Quien tenía la atribución de otorgar el registro a partidos políticos era la Secretaría de Gobernación en 1977, adicionada con requisitos legales gravosos para poder tener la intención de formar un partido, prácticamente estaba cerrada la posibilidad de la creación de nuevas agrupaciones políticas. De 1919 a 1977 el único partido que pudo considerarse como oposición fue el Partido Acción Nacional, ya que el Partido Popular Socialista y el Partido Auténtico de la Revolución

Mexicana terminaban por postular al mismo candidato que el PRI. La falta de recursos legales e institucionales frente al lento y gradual crecimiento del pluralismo político creaba la posibilidad de estallidos sociales con consecuencias inimaginables (Córdova, 2008).

A través de ese contexto social y político es que se pueden entender los cambios que se articularon en la reforma de 1977. El autor intelectual de la reforma fue el primer Secretario de Gobernación de López Portillo, Jesús Reyes Heróles. La reforma se creó en torno a los siguientes puntos, creando la base de la transición democrática en México.

1. Se integra el principio de elección proporcional para elegir una fracción de los miembros de la Cámara de Diputados, el 25%, o sea 100 de los 400 diputados, incorporándose un sistema mixto a la configuración de este cuerpo legislativo.
2. Se abre la posibilidad de que organizaciones políticas consiguieran su registro como partidos políticos por medio del llamado “registro condicionado” (siendo más flexible con respecto a los requisitos para tener el registro), también mencionaba que para ratificar su registro alcanzando un porcentaje mínimo de la votación, o sea el 1.5% de los votos.
3. También, se hace la apertura al financiamiento público y a espacios estatales en los medios de comunicación.
4. Se adhiere la viabilidad de que los partidos políticos nacionales participen en las elecciones estatales y municipales (Córdova, 2008).

Esta reforma permitió que, en un cerrado, estático y excluyente sistema de partidos se diera la apertura a nuevas fuerzas políticas creando pluralidad política. Su efecto fue inmediato, en los ocho años consiguientes se integraron al escenario político seis partidos, teniendo presencia de la oposición en la Cámara de Diputados y aumentando paulatinamente la cantidad de municipios ganados por los partidos de oposición.

La reforma electoral que siguió fue la de 1986, siguiendo la temática de la representación política que había iniciado la reforma anterior. El efecto más notorio

fue la duplicación del número de diputados elegidos por la representación proporcional, a través de listas cerradas y bloqueadas, llegando a doscientos diputados, haciendo un total de quinientos legisladores. También se eliminó la cláusula que no permitía al partido que obtuviera más del 60% de los votos participar en la distribución de los escaños por representación proporcional. También se incorporó un modelo de institucionalidad electoral, una instancia jurisdiccional, o sea, el Tribunal de lo Contencioso Electoral, aun dentro del alcance del Poder Ejecutivo, surgiendo la posibilidad de impugnar las resoluciones de la autoridad a cargo de la organización de las elecciones, marcando el camino a seguir en resolución de controversias electorales. Un cambio negativo fue la variación de los integrantes de la Comisión Federal Electoral, ya que la participación de los partidos políticos de ser igualitaria se modificó para ser proporcional a su votación, con ello, el PRI pasó a ser determinante, teniendo control absoluto de las decisiones al tener dieciséis de los treinta y un integrantes de la autoridad electoral (Córdova, 2008).

En 1988 fue un año de coyuntura en el ámbito electoral para México. Cuauhtémoc Cárdenas se postula como candidato presidencial, después de haber salido del PRI junto con varios militantes para conformar el PRD, con eso, se empieza a conformar una fuerza sólida de izquierda. Cárdenas logró alcanzar el 30% de los votos, a pesar de eso, el fraude electoral de ese año (conocido como la caída del sistema) eclipsó el avance logrado en materia electoral en 11 años. El lado positivo fue que creció la oposición, al punto que se logra la llegada de los primeros legisladores de oposición al Senado y también logró quitarle la mayoría calificada al PRI en la Cámara de Diputados. Esta elección mostró la premura de tener autoridades electorales imparciales e independientes. Un año después, el PAN ganaría las elecciones para gobernador en Baja California y se multiplicaría el número de municipios gobernados por partidos de oposición en los años siguientes (Córdova, 2008).

La reforma electoral de 1989-1990 fue un conjunto de transiciones de gran magnitud en la estructura de las instituciones y en los procedimientos electorales. Se cambió a la Comisión Federal Electoral (que estaba bajo el control de la

Secretaría de Gobernación) por el Instituto Federal Electoral, que nació como un órgano constitucional autónomo. En su inicio, fue presidido por el Secretario de Gobernación e integrado por dos senadores y dos diputados que pertenecían a los dos partidos con la bancada legislativa más numerosa, representantes de partido y seis consejeros magistrados (que debían cumplir los mismos requisitos que los ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, siendo seleccionados por los Diputados), después empezaría la llamada “ciudadanización” del órgano electoral (Córdova, 2008). También se hicieron cambios importantes en los procedimientos electorales, agregando nuevas reglas, más efectivas siguiendo el inicio de la línea que seguirían las demás reformas de los años 1990. Se empezó con la reconstrucción del padrón electoral desde cero, agregándole diversos mecanismos que ayudaran a garantizar la confiabilidad de la lista de electores, además, de implementar una identificación que permitiera al electorado ejercer su voto. También, se modificó el esquema de financiamiento público, incluyendo por primera vez de forma diáfana las modalidades y la forma de calcularlo.

Además, en la reforma de 1989-1990, se incluyó una nueva modalidad de la llamada “cláusula de gobernabilidad”, la cual garantizaba una mayoría absoluta al partido mayoritario, al obtener más del 35% de la votación total, al partido con más votos se le asignaría la cantidad de diputados de representación proporcional que se necesitaran para llegar al 50% más uno de los 500 miembros de la Cámara de Diputados. La cláusula se basa en la “escala móvil”, la cual, es un mecanismo en el cual, adicionalmente a los diputados obtenidos a través de la cláusula de gobernabilidad, el partido mayoritario también se le otorgaban dos legisladores extras por cada punto porcentual de la votación obtenido por arriba del 35%. Estos mecanismos favorecían en demasía al partido más votado, aunque sí se estableció un límite de legisladores por partido de 350 diputados (Córdova, 2008).

Una de las finalidades de ésta última reforma fue contrarrestar la desconfianza que se generó con las elecciones de 1988, aunque todavía se demandaban varios cambios; además, de que fue el inicio del camino por seguir de las reformas siguientes. Este proceso de cambio se aceleró con las reformas

intermedias de 1991, en las que el PRI empezó a recuperar terreno perdido en ambas Cámaras legislativas, con lo que aumentaron las exigencias de integrar nuevos cambios.

Por lo que en 1993 los cambios más notorios fueron con respecto a las atribuciones del sistema electoral, recibiendo nuevas y fundamentales facultades. Al IFE se le agregó la atribución de fiscalizar los recursos de los partidos políticos, supervisando que cumplieran con las disposiciones con respecto al financiamiento (específicamente con los topes de gastos de campaña), incluyendo la nueva normativa referente al origen de los recursos de carácter privado que se juntaban y dictaminar para que el Tribunal Federal Electoral ejerciera la sanción que se ameritaba. Esta fue la primera fase de la fiscalización de recursos, ya que fue muy limitada, esto es porque solamente verificaba los datos que los partidos políticos proporcionaban al IFE mediante los informes anuales y de los informes de campaña, por lo que también se requería de herramientas que facilitaran el proceso de auditoría. El punto favorable fue que se pudo conocer la cantidad de recursos públicos y privados que se utilizaron las campañas del año posterior, como también, la gran inequidad de gasto que había entonces. También, ésta reforma incluyó, lo que ya se había pedido antes por partidos de oposición, a los observadores electorales, que fue considerado un gran avance en cuanto a la garantía de la legitimidad del proceso electora. También, se integró una herramienta para la verificación integral del padrón electoral con el objetivo de asegurar su cobertura y su fiabilidad, dicha herramienta fue la expedición de un documento nuevo de identificación oficial, siendo la credencial para votar con fotografía, convirtiéndose en la base fundamental de la garantía legal para evitar el fraude electoral. Por último, el cambio más significativo fue la modificación de la integración del Senado, el cuál sólo se había modificado en cuanto la renovación por mitades en cuanto a sus integrantes en 1986, debido a la necesidad de integrar pluralidad a este órgano legislativo se acordó aumentar su tamaño al doble, debido a esto pasó de 64 senadores a 128 e incluyéndose una fórmula mixta con base en el sistema electoral mayoritario, por lo que cada uno de los 32 estados elegiría a cuatro legisladores, tres de ellos serían para el partido con la mayor cantidad de votos y uno para el

segundo partido con la mayor cantidad, el cual se denomina primera minoría, con lo que al menos 32 senadores (la cuarta parte del Senado) serían de algún partido de oposición y finalmente pasaría a renovarse por completo cada seis años (Córdova, 2008).

Después a la reforma de 1993 se vivió un momento de turbulencia en el ámbito político en México, por una parte, por el surgimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas el 1º de enero de 1994, después de una serie de enfrentamientos el gobierno de México logró llegar a un acuerdo y por otra parte, un par de meses después, el asesinato del candidato presidencial del PRI, Luis Donaldo Colosio Murrieta el 23 de marzo. Como resultado de estos acontecimientos, los partidos políticos pactaron promover una serie de compromisos que se implementarían mediante reformas y acciones encaminadas en tres ámbitos, legal, gubernamental y en la relación a acuerdos con el Consejo General del IFE, llevando a la generación de una nueva reforma para afrontar las elecciones venideras de ese año.

Las modificaciones efectuadas por la reforma de 1994 se enfocaron en herramientas que ayudaran a garantizar unas elecciones lo más diáfnas y confiables posibles. Para lograrlo se transformó la integración del IFE, los partidos políticos ahora poseían una representación unipersonal perdiendo también el derecho al voto, se cambia la figura de los seis consejeros magistrados por consejeros ciudadanos conservando la misma cantidad de integrantes (haciéndole frente al Secretario de Gobernación, que aún presidía el Consejo y a los cuatro consejeros del poder legislativo), ayudando a garantizar la imparcialidad en el órgano electoral. También, se transformó la figura de los observadores electorales, permitiendo que las labores ahora fueran realizadas de forma individual o por agrupaciones de observadores y también se permitió la observación internacional por medio de la figura legal de los visitantes extranjeros, además ahora podían observar todas las etapas del proceso electoral y no únicamente el día de la elección como antes (Córdova, 2008).

El proceso electoral de 1994 se desarrolló con éxito, los partidos participantes aceptaron el resultado de las elecciones, el único problema era que aún persistía una grave desigualdad entre partidos en cuanto a recursos y esto lo confirmó el primer ejercicio de fiscalización a las finanzas partidistas durante el periodo de la campaña, así como también lo reconoció Ernesto Zedillo en su discurso de toma de posesión el 1º de diciembre de 1994, a lo que promovió a realizar una nueva reforma electoral (Córdova, 2008).

Esta nueva reforma se basaría en cuatro ejes:

1. Un análisis de la estructura y funcionamiento de los dos órganos electorales (autoridad administrativa y la jurisdiccional).

Se cambió drásticamente la integración del IFE, así el poder ejecutivo ya no tendría presencia en el Consejo y en cuanto al poder legislativo se modificaría su participación. El Consejo se compuso por un consejero presidente y ocho consejeros electorales siendo elegidos por medio de la mayoría calificada de dos terceras partes de la Cámara de Diputados por propuesta de sus grupos parlamentarios, los consejeros ciudadanos serían los únicos miembros con derecho a voto, ya que también el consejo estaría integrado por consejeros legislativos por cada grupo parlamentario y por cada partido un representante. Por lo tanto, las decisiones del IFE serían tomadas por el consejero presidente y los consejeros electorales. En cuanto al Tribunal Electora (que después de esta reforma cambiaría de nombre) se modificó radicalmente su estructura y su espacio constitucional. Se incorporaría al Poder Judicial como un órgano especializado, dejando de ser un órgano autónomo, los magistrados que lo conforman serían propuestos por ternas por la Suprema Corte de Justicia de la Nación y elegidos por el voto de las dos terceras partes del Senado, también, la Sala de Segunda Instancia se transformó en la Sala Superior de forman permanente y sus cinco salas regionales de manera temporal, una en cada circunscripción plurinominal. Además, ahora se expandió

a todas las autoridades electorales la verificación de constitucionalidad por parte del Tribunal Electoral, convirtiéndose en la última instancia para verificar la validez del proceso electoral en todos los niveles, finalmente, también se implementó un recurso que podía ser interpuesto por la ciudadanía para impugnar acciones de autoridades electorales que incumplieran los derechos electorales de los ciudadanos (Córdova, 2008). En cuanto a los recursos privados que podían tener

2. Restablecer las condiciones de la competencia.

Se implementó un nuevo balance entre los recursos públicos que se asignaban a los partidos políticos y los recursos de origen privado, de esta manera se instauró una fórmula para calcular la cantidad total de dinero que se destinaría a los partidos políticos, así como también un instrumento de distribución igualitario (30% de los recursos serían de forma equitativa y el 70% restante de forma proporcional a la cantidad de votos alcanzados en la última elección de diputados). Al mismo tiempo, en materia de fiscalización y control de recursos del IFE se reforzó al permitir realizar auditorías, citas de verificación, solicitud de informes detallados, iniciar procedimientos de oficio y recibir quejas de los partidos políticos y ciudadanos. Finalmente, también se ajustaron las reglas de acceso a los medios de comunicación, los partidos contarían con programas permanente en radio y televisión y estableciendo que el IFE gestionaría la cantidad de spots por partido.

3. Implementación de nuevas reglas para la integración del Poder Legislativo (fundamentalmente se dio en el Senado).

Se disminuyó la cantidad máxima de diputados que podía tener un partido (por mayoría relativa y por representación proporcional) a 300 diputados, se incluyó además un límite de sobrerrepresentación que fue del 8% en la mencionada cámara. Por otro lado, se mantuvo la cantidad de Senadores (128) pero se redujo la cantidad de legisladores elegidos por estado a tres, así dos se destinaban al

partido con mayor cantidad de votos y uno a la primera minoría y los treinta y dos senadores restantes se asignaban mediante el sistema proporcional por medio de listas cerradas en una única circunscripción en toda la nación.

4. La transformación de régimen de gobierno del Distrito Federal.

Se cambió la forma de designar a los principales funcionarios públicos del Distrito Federal, hasta ese momento había sido facultad del titular del Poder Ejecutivo nacional para que ahora se eligiera por medio del voto popular, por lo que el Jefe de Gobierno y los 16 jefes delegacionales se asignarían por este medio (Córdova, 2008).

La reforma de 1996 fue un parteaguas para iniciar el proceso de una serie de transformaciones en el país. Dentro de esos cambios fue que el primer Jefe de Gobierno del Distrito Federal fue Cuauhtémoc Cárdenas por parte del Partido de la Revolución Democrática, además de que por primera vez el PRI pierde la mayoría absoluta dentro de la Cámara de Diputados por lo que ahora el PRI tendría que empezar a negociar con al menos dos partidos políticos. Aunque aún así el PRI seguía siendo mayoría en la Cámara de Senadores, donde prevalecía su influencia y seguía siendo su respaldo.

Todos los cambios efectuados hasta este momento en cuanto a materia electoral lograron cambiar el contexto político en México, volviéndolo más complejo, ahora desde los gobiernos locales hasta los federales tenían que aprender a coexistir con representantes de diferentes partidos, así gobernadores de un partido tenían que convivir con un cuerpo legislativo estatal que su mayoría podría ser de otro partido, el mismo caso con el Ejecutivo Nacional y los Diputados Federales, exponiendo a un nuevo tipo de relaciones con gobiernos estatales y municipales debido a la iniciante pluralidad (Becerra, Salazar & Woldenberg, 1997).

Este proceso de democratización continuó hasta las elecciones del año 2000, acomodándose las condiciones para una alternancia en el Ejecutivo Federal, y así fue como después de 70 años ganó Vicente Fox Quezada quien fuera candidato de la coalición Alianza por el Cambio integrada por el Partido Acción Nacional y el

Partido Verde Ecologista de México, y en los cuerpos legislativos, se repitió la falta de mayorías en la Cámara de Diputados y esta vez también se replicó en el Senado. En las elecciones de 2003 (intermedias) y en las elecciones de 2006 (presidenciales) se reiteró que la alternancia iba a prevalecer y se inició una nueva etapa de elecciones competitivas en donde todos los partidos se encontraban en condiciones más equitativas.

A pesar de que las reformas realizadas hasta 1996 había funcionado para regular las elecciones federales se encontraron algunas deficiencias que no habían sido relevantes gracias a la labor del IFE y del Tribunal Electoral, una elección histórica por lo parejo que fue en cuanto a la cantidad de votos obtenidos suscitó una serie de problemas y situaciones que anteriormente no habían surgido, detonando con mayor intensidad esas deficiencias. Además, todo el contexto político en el que se desarrollaron las elecciones hizo más loable que se extendiera la desconfianza ciudadana en cuanto a la credibilidad de las instituciones electorales. Estas deficiencias son resultado de reformas que fueron hechas para solucionar problemas específicos y la última reforma realizada fue en 1996, diez años después aparecieron nuevos problemas y necesidades, estos fenómenos ocurrieron en tres tipos de contextos: la legislación era omisa, las normas eran insuficientes, problemas derivados de las mismas normas. Por lo que la realidad política superó a las normas y se abrió una vía que llevaba a la desconfianza y la falta de credibilidad en las elecciones y en los organismos encargados de llevarlas a cabo (Córdova, 2008).

Por lo que se inició la construcción de forma ambiciosa a una nueva reforma que fue la de 2007. Esta reforma se basó en los siguientes puntos esenciales:

- Nuevas reglas en cuanto a las condiciones de la competencia.
Se estructura una nueva fórmula para la distribución del financiamiento público a los partidos, reduciendo los gastos electorales y sobreponiendo al financiamiento público del privado.
- Nueva regulación del acceso de los partidos políticos a la radio y televisión.

De inicio se suprime la posibilidad de comprar publicidad electoral en los medios electrónicos de comunicación e incluso el uso de los tiempos de transmisión perteneciente al Estado por parte de los partidos políticos para no destinar recursos a estos medios.

- Reducción de los tiempos de campaña y regulación de las precampañas.

Las campañas reducen su tiempo de duración y también el tiempo máximo de actividades de proselitismo que se establece en dos terceras partes del tiempo total de la campaña.

- Nueva integración y facultades para las autoridades electorales.

El IFE y el Tribunal Electoral se les modifica el tiempo de duración del cargo de sus integrantes, también obtienen nuevas facultades para vigilar y sancionar los comportamientos ilícitos de los actores electorales, y principalmente sobresale el reconocimiento constitucional de la facultad de sales del Tribunal electoral de manejar la constitucionalidad de las leyes electorales (Córdova, 2008).

Debido al camino iniciado en 1977 de adaptar al sistema electoral mexicano a las necesidades de la sociedad y hacerla cada vez más eficiente para que también pueda solucionar las demandas y problemas que dicha sociedad le exija, y así lograr la mejora de la organización de todo el proceso electoral para que también mejore la participación ciudadana, se reformaron una serie de artículos de la Constitución el 10 de febrero del 2014. Los cambios más importantes que nacieron de estas reformas fueron:

- Se permite nuevamente la reelección consecutiva de legisladores federales y locales, también de alcaldes.
- Los senadores pueden ser electos para dos periodos consecutivos, a partir de 2018, los diputados hasta por 4 periodos seguidos, a partir del 2015 y en cuanto a las autoridades municipales hasta por dos periodos.

- Los partidos que logren obtener el 3% de votos podrá tener diputados plurinominales.
- Los partidos políticos deben de garantizar la participación equilibrada de hombres y mujeres.
- Se crea el Instituto Nacional Electoral, reemplazando al Instituto Federal Electoral.
- Los institutos electorales estatales fueron sustituidos por los organismos públicos electorales (OPLE).

A grandes rasgos estas han sido las reformas electorales más relevantes que forjaron el camino para el desarrollo de la democracia en México, así como el contexto en que suscitó su creación. A través de estas reformas se ha buscado garantizar la transparencia y efectividad del desarrollo de los comicios, buscando solucionar las necesidades de la ciudadanía con el paso del tiempo, adaptándose a los nuevos tiempos y a los nuevos obstáculos que han ido surgiendo en cada elección a nivel nacional (Instituto Nacional Electoral, 2014).

3.2 Regulación electoral actual

En cuanto al tema que aborda esta investigación, es fundamental saber la reglamentación que hay respecto a las campañas electorales y, sobre todo, las campañas negativas y sus similares. Para eso, se consultó a la Ley General de Instituciones y Procesos Electorales (LGIPE), que tiene su soporte legal en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Respecto a campañas electorales la LGIPE le dedica el capítulo IV, donde habla de como las concibe y los límites que tienen dentro del marco de la ley. Definiéndolas como “actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto” (LGIPE, 2017, artículo 242); en tanto que a la propaganda electoral se le define como “el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones

y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas” (LGIPE, 2017 artículo 242).

En cuanto al contenido que debe de tener una propaganda electoral está plasmado en los siguientes artículos:

Artículo 246.

“Párrafo 2. La propaganda que en el curso de una campaña difundan por medios gráficos los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, no tendrán más límite, en los términos del artículo 7º. De la Constitución, que el respeto a la vida privada de candidatos, autoridades, terceros y a las instituciones y valores democráticos” (LGIPE, 2017).

Artículo 247

1. La propaganda y mensajes que en el curso de las precampañas y campañas electorales difundan los partidos políticos se ajustarán a lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6º. De la Constitución.
2. En la propaganda política o electoral que realicen los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. El Consejo General está facultado para ordenar, una vez satisfechos los procedimientos establecidos en esta Ley, la suspensión inmediata de los mensajes en radio o televisión contrarios a esta norma, así como el retiro de cualquier otra propaganda.
3. Los partidos políticos, los precandidatos y candidatos podrán ejercer el derecho de réplica que establece el primer párrafo del artículo 6º. De la Constitución respecto de la información que presenten los medios de comunicación, cuando consideren que la misma ha deformado hechos o situaciones referentes a sus actividades. Este derecho se ejercerá sin perjuicio de aquéllos correspondientes a las

responsabilidades o al daño moral que se ocasionen en términos de la ley que regule la materia de imprenta y de las disposiciones civiles y penales aplicables.

4. El derecho a que se refiere el párrafo anterior se ejercerá en la forma y términos que determine la ley de la materia (LGIPE, 2017).

Artículo 248

“La propaganda que los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos realicen en la vía pública a través de grabaciones y, en general, por cualquier otro medio, se sujetará a lo previsto por el artículo anterior, así como a las disposiciones legales y administrativas expedidas en materia de protección del medio ambiente y de prevención de la contaminación por ruido” (LGIPE, 2017).

Los artículos 246, en su segundo párrafo, y el 247, en su primer y tercer párrafo, hacen referencia a los artículos 7º y 6º constitucionales respectivamente. Para entender el contexto es necesario explicar lo que señalan dichos artículos.

Artículo 6º constitucional

1. “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado” (Const., 1914, art. 6).

Artículo 7º constitucional

1. “Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios
2. indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y

tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.

3. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6º. De esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito” (Const., 1914, art. 7).

3.3 Conclusiones capitulares

En este capítulo se analizó las reformas electorales más importantes que se han llevado a cabo en México en los últimos años, las cuales crearon el camino para llegar a la regulación y a las instituciones electorales que actualmente existen, así como también crearon los cimientos para el fortalecimiento de la democracia y con ello, poder llevar a cabo elecciones lo más justas y apegadas a la normativa electoral.

Estas transformaciones electorales iniciaron en 1977, cada una representó en una pieza fundamental del cambio mayor que lograron en conjunto. Este proceso que encaminó a una democracia se gestó a través de siete reformas, estas trazaron la ruta del cambio en diferentes áreas, así como, la representación política, en el diseño de las instituciones encargadas de organizar y escutar en las elecciones, en los procedimientos electorales, como de igual forma, las condiciones y la calidad de la contienda democrática. Las reformas mencionadas son las de 1977, 1986, la de 1989-1990, la de 1993, 1994, 1996, 2007 y la de 2014 (Córdova, 2019). Todos estos cambios tuvieron metas definidas que ayudaron a reforzar los cambios que ya se habían implementado anteriormente, o también, incluir nuevas transformaciones que adicionaban a las ya existentes.

En el capítulo también se contextualizó el ambiente político social que rodearon a estas reformas cuando fueron realizadas. La primera reforma fue realizada en 1977, para entonces los partidos de oposición su existencia era

meramente testimonial; ya que quién otorgaba el registro a los partidos políticos era la Secretaría de Gobernación, además de la existencia de requisitos legales gravosos para quienes tenían la intención de formar un partido, así que estaba prácticamente cerrada la posibilidad e la creación de nuevas agrupaciones políticas. Esto se vio reflejado en que de 1919 a 1977 el único partido que logró considerarse como oposición fue el Partido Acción Nacional; la falta de recursos legales e institucionales frente al lento y gradual crecimiento del pluralismo político creaba la posibilidad de estallidos sociales con consecuencias inimaginables (Córdova, 2008).

Después de explicar brevemente el contexto político de México que existió hasta 1977, se puede entender los cambios que formaron parte de la Reforma de 1977. El autor de esta reforma fue el primer Secretario de Gobernación del sexenio de José López Portillo, Jesús Reyes Heróles. Esta reforma se hizo en torno a los siguientes ejes: se integra el principio de elección proporcional para elegir una fracción de los miembros de la Cámara de Diputados, el 25%; se abre la posibilidad de que organizaciones políticas consiguieran su registro como partidos políticos por medio del llamado “registro condicionado”; se hace la apertura al financiamiento público y a espacios estatales en los medios de comunicación; finalmente, Se adhiere la viabilidad de que los partidos políticos nacionales participen en las elecciones estatales y municipales. Esta reforma permitió que, en un cerrado, estático y excluyente sistema de partidos se diera la apertura a nuevas fuerzas políticas creando pluralidad política (Córdova, 2008).

La siguiente reforma electoral fue la del año 1986. Sus repercusiones más importantes fueron fue la duplicación del número de diputados elegidos por la representación proporcional, a través de listas cerradas y bloqueadas, llegando a doscientos diputados, haciendo un total de quinientos legisladores; se eliminó la cláusula que no permitía al partido que obtuviera más del 60% de los votos participar en la distribución de los escaños por representación proporcional; También se incorporó un modelo de institucionalidad electoral, el Tribunal de lo Contencioso

Electoral, marcando el camino a seguir en resolución de controversias electorales (Córdova, 2008).

En 1988 fue un año coyuntural en cuanto a materia electoral, debido al llamado fraude electoral, exhibiendo las deficiencias que existían en cuanto a normativa electoral. Por lo que, al año siguiente, de 1989 a 1990, se dieron un conjunto de transiciones de gran magnitud en la estructura de las instituciones y en los procedimientos electorales. La Comisión Federal electoral pasó a ser el Instituto Federal Electoral, convirtiéndose en un organismo autónomo (antes estaba bajo el control de la Secretaría de Gobernación); se empezó con la reconstrucción del padrón electoral desde cero, agregándole diversos mecanismos que ayudaran a garantizar la confiabilidad de la lista de electores, además, de implementar una identificación que permitiera al electorado ejercer su voto, entre otros cambios (Córdova, 2008).

Para la reforma de 1993 los cambios más relevantes fueron respecto a las atribuciones del sistema electoral, recibiendo nuevas y fundamentales facultades. Por ejemplo, al IFE se le agregó la atribución de fiscalizar los recursos de los partidos políticos, supervisando que cumplieran con las disposiciones con respecto al financiamiento (específicamente con los topes de gastos de campaña), incluyendo la nueva normativa referente al origen de los recursos de carácter privado que se juntaban y dictaminar para que el Tribunal Federal Electoral ejerciera la sanción que se ameritara; también, la reforma incluyó a los observadores electorales, que fue considerado un gran avance en cuanto a la garantía de la legitimidad del proceso electoral (Córdova, 2008).

Los cambios realizados por la reforma de 1994 se centraron en herramientas que garantizaran unas elecciones transparentes y confiables. Para este fin se transformó la integración del IFE, los partidos políticos ahora poseían una representación unipersonal perdiendo también el derecho al voto, se cambia la figura de los seis consejeros magistrados por consejeros ciudadanos conservando la misma cantidad de integrantes, ayudando a garantizar la imparcialidad en el órgano electoral. De forma general, estos fueron algunos de los cambios que se

realizaron, la reforma también realizó transformaciones estructurales en materia electoral.

La reforma de 1996 fue un parteaguas para iniciar el proceso de una serie de transformaciones en el país, como el surgimiento de la figura de Jefe de Gobierno en el Distrito Federal. Dentro de los siguientes ejes se llevó a cabo, un análisis de la estructura y funcionamiento de los dos órganos electorales (autoridad administrativa y la jurisdiccional), restablecer las condiciones de la competencia, implementación de nuevas reglas para la integración del Poder Legislativo (fundamentalmente se dio en el Senado) y la transformación de régimen de gobierno del Distrito Federal (Córdova, 2008).

La reforma de 2007 se consideró una reforma ambiciosa, cuya base fueron los siguientes puntos fundamentales, nuevas reglas en cuanto a las condiciones de la competencia, nueva regulación del acceso de los partidos políticos a la radio y televisión, reducción de los tiempos de campaña y regulación de las precampañas, y la nueva integración y facultades para las autoridades electorales (Córdova, 2008).

La última de estas reformas fue la de 2014, entre otras, sus modificaciones fueron la reelección consecutiva de legisladores federales y locales, también de alcaldes, los senadores pueden ser electos para dos periodos consecutivos, a partir de 2018, los diputados hasta por 4 periodos seguidos, a partir del 2015 y en cuanto a las autoridades municipales hasta por dos periodos, los partidos que logren obtener el 3% de votos podrá tener diputados plurinominales, los partidos políticos deben de garantizar la participación equilibrada de hombres y mujeres, los institutos electorales estatales fueron sustituidos por los organismos públicos electorales (OPLE) y el más importante, se crea el Instituto Nacional Electoral, reemplazando al Instituto Federal Electoral.

Ya que se explicó, de manera sintetizada, las reformas electorales más recientes que dieron forma a la normativa actual, es importante conocer la reglamentación que existe en cuanto a las campañas electorales, más específicamente sobre las campañas negativas. Se consultó la Ley General de

Instituciones y Procesos Electorales (LGIPE), que tiene su soporte legal en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

La LGIPE define a las campañas electorales como “actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto” (LGIPE, 2017, artículo 242); en tanto que a la propaganda electoral se le define como “el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas” (LGIPE, 2017 artículo 242).

Respecto a al contenido de una propaganda electoral le dedica los siguientes artículos:

Artículo 246.

“Párrafo 2. La propaganda que en el curso de una campaña difundan por medios gráficos los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, no tendrán más límite, en los términos del artículo 7º. de la Constitución, que el respeto a la vida privada de candidatos, autoridades, terceros y a las instituciones y valores democráticos” (LGIPE, 2017).

Artículo 247

1. La propaganda y mensajes que en el curso de las precampañas y campañas electorales difundan los partidos políticos se ajustarán a lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6º. de la Constitución.
2. En la propaganda política o electoral que realicen los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas. El Consejo General está facultado para ordenar, una vez satisfechos los procedimientos establecidos en esta Ley, la suspensión inmediata de los mensajes en radio o televisión contrarios a esta norma, así como el retiro de cualquier otra propaganda.

3. Los partidos políticos, los precandidatos y candidatos podrán ejercer el derecho de réplica que establece el primer párrafo del artículo 6º. de la Constitución respecto de la información que presenten los medios de comunicación, cuando consideren que la misma ha deformado hechos o situaciones referentes a sus actividades. Este derecho se ejercerá sin perjuicio de aquéllos correspondientes a las responsabilidades o al daño moral que se ocasionen en términos de la ley que regule la materia de imprenta y de las disposiciones civiles y penales aplicables.
4. El derecho a que se refiere el párrafo anterior se ejercerá en la forma y términos que determine la ley de la materia (LGIPE, 2017)

Artículo 248

“La propaganda que los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos realicen en la vía pública a través de grabaciones y, en general, por cualquier otro medio, se sujetará a lo previsto por el artículo anterior, así como a las disposiciones legales y administrativas expedidas en materia de protección del medio ambiente y de prevención de la contaminación por ruido” (LGIPE, 2017).

Mientras que la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos hace referencia a campañas o propagandas negativas en los siguientes artículos:

Artículo 6º constitucional

2. “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado” (Const., 1914, art. 6).

Artículo 7º constitucional

4. “Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios
5. indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.
6. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6º. de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito” (Const., 1914, art. 7)

Capítulo IV. Marco Contextual

4.2 Introducción

Aun con todo el avance que hubo en materia electoral, la democracia en México tiene que mejorar en otros aspectos pues la mayor parte de los esfuerzos se centraron en las reformas electorales que dieron como resultado la creación de un organismo autónomo, que actualmente se conoce como INE. Sin embargo, la democracia va más allá de eso, es “un régimen político que garantiza los derechos de la ciudadanía en un sentido amplio y permite a los ciudadanos intervenir en la vida pública, es decir, influir en las decisiones del gobierno y vigilar su desempeño” (Olvera, 2010, p. 13).

En el caso mexicano no hubo avances en materia de cultura política o que se abriera nuevos espacios públicos pues se procuró más la legitimización de la representación política, afianzando la separación de la sociedad civil de la sociedad política, el lugar de la sociedad civil en el desarrollo de la democracia fue catalogado como no importante. La crítica de O'Donnell que rescata Olvera (2010) es idónea para el caso de México, este autor decía que la ciudadanía integral, que posee plenamente sus derechos civiles, políticos y sociales, puede ayudar a la preservación de una verdadera democracia, en el caso contrario, la democracia sería deficiente y manipulable. Los derechos políticos que otorga la democracia deben de ser utilizados para alcanzar otros derechos. Olvera plantea que este enfoque de la ciudadanía y de la democracia como procesos es opuesta a la neoliberal que es la dominante en México, limitando el ejercicio de los derechos, ya que solo permite la participación del ciudadano mediante los comicios (Olvera, 2010).

En México se han seguido dos caminos en cuanto a la democratización de la vida pública, una es la edificación de instituciones que garanticen los derechos, la mayor parte son organismos autónomos, enfocándose en la preservación legal e institucional de los derechos políticos de la ciudadanía y se crean mecanismos para la rendición de cuentas del mismo Estado. El segundo camino es más complejo, es

a través de diversos intentos de participación ciudadana, algunas de ellas fueron institucionalizadas otras informales, en las cuales la sociedad civil y algunos funcionarios públicos han intentado lograr una apertura a la intervención de la ciudadanía en los asuntos públicos. Se han intentado diversos mecanismos, como buzones de quejas hasta consejos consultativos. En ninguno de los dos casos se encontraron éxitos que pudieran marcar un camino claro para seguir (Olvera, 2010).

Para entender el contexto en el que se encuentra México respecto a la democratización es importante conocer que su transición a la democracia está marcada por dos factores fundamentales, el primero, es que la destitución del autoritarismo no ha sido completa, y la segunda es que apenas está estableciendo un régimen democrático. Respecto al primer factor, México se sigue rigiendo por la Constitución de 1917 resultado de un conflicto social, a pesar de las múltiples modificaciones que se le han realizado para adaptarla a las necesidades contemporáneas, es una Constitución nacionalista cuya principal función es garantizar la justicia social a través de un gobierno paternalista, una perspectiva atávica en cuanto la institucionalidad de los derechos humanos (Olvera, 2010).

Los esfuerzos por establecer la democracia solo se han limitado a diversas reformas electorales que permitieron reducir la homogeneidad del PRI, al punto de renovar el partido en el poder. Otro aspecto positivo fue la creación de la Ley Federal de Acceso a la Información Pública Gubernamental que puso las bases para la formación del Instituto Federal de Acceso a la Información, tomando el camino de la transparencia que por décadas fue impensable debido a la opacidad de la ideología del régimen autoritario. A pesar de que se lograron algunos avances, como los mencionados anteriormente, no se realizó ninguna reforma constitucional referente a un proyecto político en cuanto a la estructuración de instituciones democráticas y de derechos políticos de la ciudadanía, esto en parte por la capacidad de veto que tuvo el PRI por ser mayoría en ambos órganos legislativos (Olvera, 2010).

Con la aparición de nuevas fuerzas políticas y el cambio de partido dominante se tenían buenas expectativas en cuanto al establecimiento de la democracia, pero

ninguno de los actores políticos presentó un proyecto democrático progresista, esto hecho imposible la modificación de la estructura del Estado y permitiendo la existencia de la configuración del antiguo régimen. Esto es porque “la fragmentación del poder en el contexto de continuidad fáctica de las instituciones y reglas del régimen autoritario ha tenido como uno de sus efectos más severos la inoperancia de todo el sistema de rendición de cuentas, horizontal, vertical, social y transversal, cuyo desarrollo debería ser una de las consecuencias principales de la democratización (...) el Estado Democrático no opera” (Olvera, 2010, p. 21).

Ha habido avances en cuanto a la normatividad de la ejecución de programas y en la implementación de mecanismos de control presupuestales y de licitación, negativamente el manejo fiscal y laboral de los funcionarios públicos depende de asuntos políticos. También la endeble ejecución del Servicio Profesional de Carrera en todo el aparato gubernamental, aumentando la incertidumbre laboral del cuerpo técnico y empleados de nivel medio reduce la idiosincrasia de la responsabilidad. Otro punto atávico es el espectro legal e institucional en el que se encuentra el Poder Ejecutivo en cuanto a la rendición de cuentas de la contabilidad pública, cada estado federativo tiene su registro de cuentas, haciendo muy difícil un análisis de su presupuesto y una evaluación certera. Se intentó de forma retrasada erradicar esta falta de transparencia, en marzo de 2008 la Cámara de Diputados aprobó la nueva Ley de Contabilidad Gubernamental, donde se supone que implementaría un eficiente sistema de cuentas nacionales, teniendo cuatro años (a partir de la aprobación de la ley) para que todas las Entidades federativas se homogeneizaran, un lapso bastante largo (Olvera, 2010).

En el Poder Legislativo, la rendición de cuentas es a mediante la Auditoría Superior de la Federación, este órgano no ha contado con tanta autonomía política y financiera, pero en la última década a logrado obtener un poco más de autonomía, recientemente ha manifestado la falla estructural en el manejo de los fondos públicos, pero no hubo repercusión alguna y lamentablemente no cuenta con el poder de sancionar a los funcionarios que recurran a malas prácticas. Este problema estructural crea una laguna legal, la cual, Ejecutivos locales y municipales

han podido desempeñar prácticas autoritarias, dejando un vestigio del viejo régimen e imposibilitando en camino a la democratización, alejando a la ciudadanía del gobierno. Regresando a los Órganos Legislativos, otro problema que presenta el Congreso es la falta de profesionalización y la falta de herramientas para la rendición de cuentas a la población, en el siglo XX funcionó bastante bien por el contexto en el cual se había desarrollado. El reducido lapso en el cual los legisladores desempeñan sus funciones ha ocasionado a que estén expuestos aun continuo proceso de formación, por lo que cuando al fin logran comprender el funcionamiento del cargo, ya terminó su legislatura. El problema que se tenía con la ausencia de la reelección de los legisladores era que no le rendían cuentas a su electorado, sobre todo porque no podían sancionarlos a través del voto, entonces su futuro político dependía de sus líderes de partido y no de la ciudadanía (Olvera, 2010).

El poder judicial empezó a tener autonomía a partir de la reforma de 1995, permitiendo la creación del Tribunal Constitucional, el cual funciona como mediador de conflictos políticos, una herramienta para apoyar en la última instancia los conflictos internos entre los Poderes de la Unión y entre los diversos niveles de gobierno. En la práctica no logró garantizar los derechos de la ciudadanía, incluso hasta el 2010 discutió muy pocos temas relacionados con derechos constitucionales de los ciudadanos (Olvera, 2010).

Los párrafos anteriores han servido de introducción para presentar algunas de las deficiencias que se presentan en la estructura del Estado mexicano, por las cuales no se ha podido llevar a cabo el proceso de democratización, en la que los ciudadanos no cuentan las herramientas necesarias para participar adecuadamente y mucho menos de los derechos civiles y políticos. También ha servido para recalcar que la democracia va más allá de proceso de las elecciones, en las que sí ha existido una serie de reformas que han logrado progresar de buena manera también ha sido utilizado para garantizar la legitimación en el poder. Si bien no todo fue negativo, no se ha presentado el avance necesario en materia de

participación ciudadana y en cuanto a la preservación de los derechos ya mencionados.

Respecto a las instituciones que deben preservar los derechos de la ciudadanía en México, resalta la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, el Instituto Federal Electoral y el Instituto Federal de Acceso a la Información (junto a sus similares estatales). Este tipo de instituciones han nacido como consecuencia de movimientos sociales trascendentes y por obtener legitimidad a nivel internacional. Para que un organismo autónomo de este tipo pueda funcionar de forma plena debe de tener legitimidad y fortaleza institucional, como se intentando hacer con el INE, y este organismo, al mismo tiempo, ha expuesto lo endebles que pueden ser las instituciones autónomas, aunque estén protegidas en materia jurídica y estructural, en cada ruptura socio histórica se debe reforzar su autonomía y legitimidad, aunque también, la ausencia de autonomía política, en la mayor parte de las veces, generan importantes problemas de fragilidad institucional (Olvera, 2010).

4.2 Movimientos sociales en México

En el México post revolucionario la mayor parte de la población era rural, existía una desigualdad enorme y lo que intentó lograr la lucha armada fue disminuir la brecha de desigualdad social, entre ellas, mejorar las condiciones del campo en México, el resultado fue la creación de una Constitución para satisfacer las necesidades de ese México, tuvo una perspectiva paternalista en el sentido que la visión era sanar, cumplir y guiar hacia lo que se prometió con la consumación del levantamiento armado.

En las décadas posteriores, fueron desapareciendo paulatinamente los ideales de los revolucionarios, a pesar de que utilizaban este adjetivo incluso en el partido oficial (y en todos los partidos que fueron surgiendo), no se intentó realmente labrar un camino que llevara a la democracia. Después de Lázaro Cárdenas fue menos alentador el panorama, ya que incrementó la prioridad la inversión, sobre

todo extranjera y para hacer más atractivo la inversión en México se les brindó más facilidades a la iniciativa privada, dejando a un lado a los obreros y campesinos, por lo que creció aún más la desigualdad en el país, volviendo más precarias las condiciones de los trabajadores, después, inició el célebre Desarrollo Estabilizador, que fue desde el sexenio de Ruiz Cortines hasta el de Díaz Ordaz, todo este proceso trajo consigo la industrialización e inicia el proceso de modernización del país, por lo que buena parte de la población que vivía en zonas rurales migraron a las ciudades. Como resultado, ese México del siglo XX estuvo lleno de manifestaciones sociales, grupos de ferrocarrileros, maestros, médicos, estudiantes, campesinos y demás, lo hicieron a través de huelgas, marchas o plantones para expresar su inconformidad, la solución del gobierno fue la represión, era más fácil y no asustaba a las inversiones al país, el gobierno lo hacía para demostrar estabilidad y poca tolerancia en contra de lo que llamaban grupos subversivos. Esta solución por parte del gobierno aumentó con el sexenio de Ávila Camacho, fue utilizado con más fuerza por parte de Miguel Alemán que lo primordial para su sexenio era apoyar la industrialización del país, y el punto máximo fue con el movimiento estudiantil de 1968 por parte de Gustavo Díaz Ordaz (Rivas, 2018).

En ese lapso la figura presidencial tenía prácticamente el poder absoluto, no había una oposición en cuanto a la toma de decisiones, controlando todos los poderes Legislativos y el Judicial, no había ningún obstáculo para hacer lo que quisiera, además, de que la sucesión presidencial era básicamente a través del conocido “dedazo”, que era la última imposición del presidente en turno por lo que Daniel Cosío Villegas lo denominó “monarquía absoluta sexenal y hereditaria en línea transversal”. Todo lo anterior fue logrado a través del “partido oficial”, que inicialmente fue el Partido Nacional Revolucionario, que después sería llamado Partido de la Revolución Mexicana y finalmente Partido Revolucionario Institucional, que prácticamente todos los puestos de elección popular eran ocupados por ese partido, por lo que todo lo plasmado en la Constitución de 1917 en cuanto a un gobierno plural, democrático se dejó a un lado, se cerrando el camino para los partidos que iban en contra del régimen, al igual que los movimientos sociales que se manifestaran en contra de él o de sus políticas, a través de la represión logró

tener el control. A pesar de todo lo anterior, este régimen trató de difundir la idea de que en México se vivía un auténtico régimen democrático, con verdaderos mecanismos de participación ciudadana y que apoyaba a toda la pluralidad política e ideologías existentes en el país (Rivas, 2018).

4.2.1 Antecedentes del 68

Previo al movimiento de estudiantes de 1968 surgieron una serie de manifestaciones sociales que culminaron en ese año. El primero, de esta ininterrumpida serie de movimientos, fue la de un conjunto de sindicatos al servicio del Estado entre 1957 y 1958, siendo los ferrocarrileros y maestros los más trascendentes, ya que lograron llegar a un acuerdo con el gobierno, los demás fueron aplastados con brutalidad, denotando las carencias del sistema político en México, igual fue resultado de las diversas inconformidades sociales que había en el país a mediados de los años cincuenta (Rivas, 2018).

Con los maestros empezó con la persecución de docentes que eran afines a la ideología política comunista, ya que en esos años se perseguía a cualquier partido del comunismo o socialismo, pero el problema fundamental fue la ausencia de un aumento salarial en años y el Sindicato Nacional de los Trabajadores de la Educación (SNTE) se encargó de aplastar cualquier acto de rebeldía, por lo que el descontento fue aumentando en el gremio magisterial, para apaciguar esta creciente inconformidad se aumentó el 14% a los salarios. En 1956 en la Ciudad de México, insatisfechos por el precario aumento otorgado por parte del SNTE, se llevó a cabo una protesta organizada por Othón Salazar y Encarnación Pérez Rivero, en la cual pedían que el aumento fuera del 30%, posteriormente ante la negativa de parte de las autoridades, Salazar creó el Movimiento Revolucionario del Magisterio. Para 1958, aprovechando que era año electoral, Salazar se encargó de llevar a cabo una gran manifestación en abril de ese año para exigir el aumento que no se les concedió dos años antes, donde participaron aproximadamente cien mil personas entre maestros, estudiantes, y además ferrocarrileros, telegrafistas y petroleros que también no estaban conformes. El Gobierno encabezado por Ruiz Cortines aprovechó que había varios trabajadores al servicio del Estado

participando por lo que reprimió con brutalidad la manifestación para que no volviera a surgir alguna parecida. Ante esta respuesta del gobierno, los maestros procedieron a ir a huelga en todas las primarias de la Ciudad de México y a su vez, organizaron nuevas manifestaciones en las cuales contaron con más apoyo por parte de maestros pertenecientes a algunos sectores del SNTE y colocaron un plantón en las inmediaciones de las instalaciones de la SEP. El 15 de mayo, justo el día del maestro, Ruiz Cortines anunció que a partir del 1º de julio de ese año se le daría el aumento que habían pedido los maestros, por lo que el 3 de julio fue finalizada la huelga.

En el caso de los ferrocarrileros, desde años anteriores las condiciones en las que laboraban eran pésimas, después, con la llegada de Roberto Amorós a la gerencia de ferrocarriles en 1954, empezó una masiva serie de despidos para controlar cualquier insurrección por parte de los trabajadores, posteriormente, llega Jesús Ortega la dirigencia del sindicato de ferrocarrileros e implementa sus políticas autoritarias para mantener impedir que se sublevara algún trabajador, ya para 1958 una grupo interno del sindicato insistió en un aumento sustancial ya que poseían el salario más bajo de la clase obrera, creando una comisión para solicitar el aumento de los salarios, uno de los representantes de esa comisión fue Demetrio Vallejo, quien se encargó de explicar la importancia de este aumento, también fue quien orquestó la serie de huelgas del servicio ferrocarrilero y gracias a la buena gestión que se hizo logró alcanzar un aumento, no fue lo que se pidió pero al menos se alcanzó la meta. En 1959 Vallejo sería detenido, quien estaría en prisión, en *Lecumberri*, once años y se convertiría en un estandarte de los movimientos por las libertades políticas y en un hito para los participantes del 68.

El año de 1958 fue un año con un gran número de huelgas en México. El 6 enero de 1958 se produjo una huelga por parte de la Confederación General de Trabajadores (CGT) y la Confederación de Trabajadores de México (CTM), en cual pedían el alza del salario de los choferes, por lo que noventa líneas de autobuses se emplazaron a una huelga. Se difundió la idea de que con el aumento al salario de los choferes también aumentaría el precio del transporte público, por lo

que la Federación Estudiantil Universitaria (FEU), la cual está conformada por estudiantes de la UNAM, amagó de realizar una huelga si aumentaba el costo del pasaje. El 6 de febrero los telegrafistas realizaron un paro nacional solicitando un aumento salarial sustancial (del 50%), duró 15 días, después de que se les otorgó un aumento del 30%. Ese mismo mes, el día 14 los electricistas anunciaron que harían paro de labores el 16 de mayo si no se cumplen sus peticiones laborales, mejores salarios y prestaciones, por parte de la empresa. El 15 de marzo, los telefonistas daban a conocer su pliego petitorio. El 12 de abril, profesores acompañados por padres de familia realizaron una manifestación en el zócalo pidiendo un incremento salarial, la manifestación fue contenida y dispersada por la policía, posteriormente se hicieron más manifestaciones y lograron su aumento en el mes de junio. El 31 de mayo fue el turno de los estudiantes del Instituto Politécnico Nacional (IPN), quienes hicieron una manifestación para apoyar a los maestros y para exigir la salida del ejército de las instalaciones del politécnico, quienes se encontraban ahí desde 1956 cuando tomaron el internado, por último, también se pidió la renuncia de Alejo Peralta como director del IPN. El 26 de junio los ferrocarrileros efectuaron un paro, en el cual dieron a conocer que si no obtenían un aumento a su salario el 29 de ese mismo mes continuaría la huelga, ante la negativa por parte de la empresa ferrocarrilera los trabajadores realizaron el paro hasta el 6 de agosto. El 4 de agosto los telegrafistas recurrieron a una huelga nuevamente, esta vez para solicitar la liberación de Ismael Villavicencio, quien sería liberado tiempo después (Estrada, 2004)

Externamente otro factor que influyó fue el triunfo de la Revolución Cubana, el primero de enero de 1959 Fidel Castro y un grupo de revolucionarios hicieron su entrada triunfal a La Habana, después de haber derrocado al dictador Fulgencio Batista. El nuevo gobierno cubano también se encargó de instaurar un completamente nuevo régimen, en el cual Cuba se convirtió en el primer país socialista en toda América (Rivas, 2018).

Lo anterior fue parte del contexto en el cual se fueron llevando a cabo los movimientos estudiantes en la década de los sesenta, a partir de esa década los

movimientos por parte de los estudiantes se tornaron más serios, construyendo su propia ideología y política, las cuales se veían en sus discursos, de igual forma empezaron a solidarizarse con los movimientos sociales en México. Poco a poco el emergente movimiento estudiantil empezó a ocupar el vacante puesto de una auténtica organización de izquierda, consolidada y legitimada. Por lo que en 1963 se reunieron cerca de 200 líderes estudiantiles en Morelia para crear el célebre documento “La declaración de Morelia”, el cual fungió como piedra angular de las bastas movilizaciones que se realizaron en diversas partes México en esa década y cada una de estas movilizaciones contenían demandas propias, entre ellas fue en Puebla en 1961, Morelia en 1963, las Escuelas Normales Rurales en 1965, la UNAM en 1966, las escuelas de agricultura y el IPN en 1967 (Rivas, 2018).

En 1965 estalló el conflicto de los médicos, en el cual participaron mayoritariamente alumnos de la Facultad de Medicina y de la Escuela de Odontología de la Universidad Autónoma de México (UNAM), como también de otras universidades del país. Anteriormente el movimiento había iniciado en noviembre de 1964 para exigir un mejores sueldos y prestaciones para los médicos y residentes que laboraban en el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (ISSSTE). La manifestación más relevante que tuvo el movimiento médico fue la marcha que realizaron hacia el zócalo el 25 de mayo de 1965 (Estrada, 2004).

En 1956 el gobierno empezó a utilizar al ejército en contra de los estudiantes, fue para clausurar de forma definitiva el internado de estudiantes del Instituto Politécnico Nacional, a partir de este momento la represión hacia los estudiantes no terminó, se intensificó en los años sesenta. Esta fue la herramienta que se utilizó para controlar todo tipo de manifestaciones por parte de los estudiantes, la del 68 fue resultado también de todo ese conjunto de protestas que fueron reprimidas, el alto índice de violencia que sufrieron los participantes (Rivas, 2018).

Básicamente el contexto en el cual se fue gestando el movimiento del 68 fue en un país donde que estaba creciendo económicamente, por lo tanto, fueron

creciendo las ciudades y a su vez, también las clases medias que habitaban en las urbes, por ese motivo, México fue elegido para ser sede de las Olimpiadas para ese mismo año, 1968, por esa misma razón fue importante para el gobierno mexicano tratar de dar la mejor impresión posible del país y del gobierno mismo a nivel internacional. Además del pasado de los diferentes movimientos sociales que se gestaron, se fue creando las condiciones propicias para que se llevara a cabo.

1968

El primer antecedente de ese año fue a finales del mes de julio, con mayor exactitud el 22 y 23 de julio, esos días un grupo de estudiantes de dos bachilleratos, uno del IPN y otro de una escuela incorporada a la UNAM, fueron protagonistas de un violento enfrentamiento. Dos días después, los granaderos ingresaron al plantel de la Vocacional Número 5 del IPN, donde agredieron a la comunidad estudiantil, tanto a estudiantes como maestros. Por la magnitud del hecho, la Federación Nacional de Estudiantes Técnicos dos días después realizó una protesta en el Casco de Santo Tomás (instalaciones del IPN). También coincidió que integrantes de la Central Nacional de Estudiantes Democráticos (CNED) efectuaron un mitin en el Hemiciclo a Juárez, igual en la Ciudad de México, por el décimo quinto aniversario de la toma del Cuartel de Moncada en La Habana. Debido a la poca convocatoria de la protesta del IPN, decidieron unificarse con la del CNED, ya unidos se dirigieron al Zócalo capitalino, antes de llegar fueron reprimidos violentamente hiriendo a buena parte del contingente. Ese mismo día, pero en la tarde, la policía tuvo un enfrentamiento con estudiantes pertenecientes a las preparatorias 2 y 3 de la UNAM. Como consecuencia de todos los sucesos de ese día, se lograron unificar a la comunidad universitaria y politécnica (Rivas, 2018).

El agravamiento de la situación fue cuando entre la noche del 29 de julio y la madrugada del 30, el ejército interviene e ingresa a varias instalaciones de la UNAM y del IPN, destacando lo sucedido en el antiguo colegio de San Idelfonso, pues usando una *bazooka* destrozaron una puerta de la época colonial para poder ingresar y detener a los estudiantes que se encontraban en su interior. Al utilizar armas de ese calibre innecesariamente se logró que el rechazo se extendiera más

allá de la comunidad estudiantil, llegando a autoridades universitarias y a otros sectores de la sociedad mexicana (Estrada, 2004). Esto también ocasionó que se consolidara la unificación, por lo que también el rector de la UNAM, Javier Barros Sierra, se solidarizó con los estudiantes y declaró el 30 de julio día de luto universitario e izó la bandera nacional a media asta en la explanada central de Ciudad Universitaria y para culminar el día, encabezó una de las primeras marchas con un gran número de participantes de ese año de diversas instituciones educativas de la Ciudad de México, la cual recorrió de Ciudad Universitaria hasta Félix Cuevas (Rivas, 2018).

El 2 de agosto de 1968 se crea el Consejo Nacional de Huelga (CNH), en donde se concentrarían todas las instituciones educativas (bachillerato y universitarias, algunas de otros estados de la república) que participaron activamente en el movimiento. Con la consolidación formal del movimiento, la primera labor era la creación de un pliego petitorio, en el cual las peticiones representaban también a otros sectores sociales y también exhibía el contexto autoritario por parte del gobierno en el cual atravesaba el país (Estrada, 2004). El listado era el siguiente:

1. “Libertad a todos los presos políticos;
2. Destitución de los jefes de la policía capitalina, ejecutores de las acciones represivas
3. Desaparición del cuerpo de granaderos, corporación utilizada permanentemente para intimidar y reprimir las protestas sociales
4. La derogación del artículo 145 y 145 bis del Código Penal (precepto que establecía el delito de disolución social)
5. Indemnización a las familias de los muertos y heridos a consecuencia de las agresiones de la fuerza pública, y
6. Deslindamiento de responsabilidades de los actos de represión y vandalismo por parte de las autoridades a través de la policía, granaderos y ejército” (Rivas, 2018, p.11).

Cada uno de los puntos de la petición no tenían como finalidad causar una revolución o un cambio drástico, de hecho, ninguna se encontraba fuera de lo establecido por la constitución de 1917, lo que se buscaba era el cumplimiento de la legalidad y la garantía de las libertades políticas y civiles (Estrada, 2004).

Los estudiantes exigían que el pliego petitorio fuera resuelto mediante un diálogo público, en el cual debían estar presentes los medios de comunicación, es último punto fue mal visto por el gobierno ya que lo interpretaron como mecanismo para exhibirlos, aunque en realidad lo propusieron por desconfianza a los mismos líderes del movimiento. Para el 15 de agosto el movimiento estudiantil ya se veía más fortalecido y con un crecimiento bastante rápido, además el Consejo Universitario a través de una declaración pública dio a conocer el pliego petitorio, mostrándolas como suyas. Agosto fue el mes que más se logró fortalecer gracias también a que en este ámbito el gobierno estuvo inactivo, por el mismo motivo se llegó a pensar que el movimiento estudiantil tenía grandes oportunidades de triunfar y que ese triunfo ya se encontraba cerca. A pesar de esa apariencia, muy pronto el gobierno empezaría a actuar (Rivas, 2018).

El 22 de agosto, Luis Echeverría, Secretario de Gobernación, a través del radio extiende una invitación a los representantes universitarios a un diálogo en su oficina, la CNH exigió que dicho diálogo fuera público y pidió representantes del gobierno para poder entablar las negociaciones (Estrada, 2004).

El 27 de agosto se realiza una de las manifestaciones más numerosas en muchos años, aproximadamente medio millón de personas recorrieron del Museo de Antropología hasta el Zócalo, al llegar determinaron dejar un campamento hasta el 1º de septiembre, cuando tenía que rendir su informe Díaz Ordaz, en el cual permanecerían en la explanada del Zócalo miles de estudiantes; cerca de las 11:00 p.m. entró el ejército para desalojarlos con una buena intensidad de violencia. Al día siguiente el ejército salió a las calles de la Ciudad de México, al igual que la persecución a integrantes del CNH, también se empezó a utilizar a los grupos de los llamados porros y a grupos de choque paramilitar, creado en marzo de ese año de la mano del coronel Manuel Díaz Escobar, a través de estos empezaron a atacar

a los estudiantes o a causar destrozos en nombre de ellos, empezando a desarticular paulatinamente el movimiento (Rivas, 2018).

Por lo anterior se decidió hacer una manifestación en silencio absoluto sin consignas y sin gritos el día 13 de septiembre, para que el gobierno no los acusara de causar violencia o de ofender a las instituciones. La marcha cumplió con las expectativas, de hecho, fue reconocido su organización y disciplina al momento de llevarla a cabo. Posteriormente, el 18 de septiembre el ejército empezó a tomar las instalaciones del IPN y de la UNAM, generando malestar en los estudiantes y más descontento. Días después, el gobierno quiso mostrar disposición al diálogo y creó una comisión para negociar con los estudiantes, integrada por Jorge de la Vega Domínguez y Andrés Caso Lombardo, personas con antecedentes dentro de la comunidad universitaria. El 2 de octubre en la mañana se realizó la reunión entre la comisión y líderes de la CNH, los estudiantes sugirieron que para hacer efectiva se debía efectuar un diálogo de hechos, el cual consistía en que el ejército desocupara las universidades, con ello ambas partes demostraron la intención de solucionar el conflicto. Ese mismo día, después del medio día, la CNH sesionó para organizar un mitin en Tlatelolco para que el movimiento se revitalizara y volviera a cobrar fuerzas (Estrada, 2004).

4.2.2 2 de octubre

Tlatelolco es una unidad habitacional de clase media, en la cual se combina la arquitectura prehispánica (se encuentra junto a unas ruinas arqueológicas), colonial (se encuentra una iglesia y una ex penitenciaría) y lo moderno (el entonces nuevo edificio de la Secretaría de Relaciones Exteriores y la unidad habitacional), ya que las instalaciones universitarias y politécnicas estaban ocupadas por el ejército se eligió este lugar porque cerca se ubicaba la Vocacional 7 del IPN, una de las escuelas más activas en el movimiento y también una de las más afectadas por la represión por parte de la fuerza pública. Cabe recalcar que los habitantes de la unidad habitacional eran personas de clase media y que buena parte de ésta simpatizaba con los estudiantes (Rivas, 2018).

El día de octubre a las 16:00 horas empezó la conglomeración de personas en Tlatelolco, para las 17:30 horas iniciaría el mitin y ya se encontraban miles de personas reunidas, también en ese momento dos helicópteros pertenecientes al ejército sobrevolaban la zona, alrededor de las 18:10 horas uno de los helicópteros lanzó una bengala, momentos después se escucharon los primeros disparos, presuntamente realizados por el denominado Batallón Olimpia integrados por miembros del Estado Mayor Presidencial, quienes estaban apostados en la parte superior del edificio Chihuahua e infiltrados entre los asistentes, todos ellos portaban un guante o pañuelo blanco en la mano izquierda para reconocerse. Estos empezaron a disparar al ejército para provocarlo, hiriendo al general José Hernández Toledo quien se había encargado de la operación por parte de los militares, a lo que respondieron también disparando, pero a la multitud. Algunos medios locales y estudiantiles contabilizaron más decenas de muertos y desaparecidos pero la versión oficial es de no más de 30, de igual manera se detuvieron a más de dos mil estudiantes. Después de lo sucedido salieron diversas versiones, diferentes cifras de muertes y desaparecidos pero lo injustificable de todo fue ese uso de fuerza y violencia innecesaria con una manifestación (Rivas, 2018).

A pesar de lo sucedido en la protesta no concluyó ese día, se prolongó hasta el 6 de diciembre, pero ya mucho más debilitada, ese día se desintegró la CNH. El movimiento estudiantil culminó sin la resolución de alguno de los puntos de su pliego petitorio, a pesar de eso, tuvo éxito en la influencia que causó política y culturalmente a mediano y largo plazo, cambiando la perspectiva sociopolítica de los movimientos sociales en México, además, que de ese movimiento emanaron diversos grupos de izquierda y que algunos de ellos derivarían en partidos políticos. (Rivas, 2018).

En 1970, el que fuera Secretario de Gobernación en el sexenio de Díaz Ordaz, Luis Echeverría Álvarez se convierte en presidente de México. Cuando inicia su campaña hacia la presidencia, hace todo lo posible para distanciarse del sexenio anterior y sobretodo, de lo ocurrido en 1968. También empezaría una negociación con múltiples actores que participaron activamente en movimientos sociales en las

décadas anteriores, amnistía con los protagonistas del 68 y a presos políticos como Campa o Vallejo, también aumentó el presupuesto para las universidades e instituciones técnicas (Krauze, 1999).

La controversia llega el 10 de junio de 1971, cuando una manifestación que partiría del Casco de Santo Tomás fue agredida por un grupo de choque, denominado como Halcones, que iba armado con varillas, posteriormente, procedieron a atacar con armas de fuego, deteniendo a varios participantes de la protesta y dejando más de cien estudiantes muertos, al día siguiente, los Halcones remataron a varios heridos en el hospital Rubén Leñero. Días después, renuncia el regente del Distrito Federal, Alfonso Martínez Domínguez y el jefe de la policía capitalina, Rogelio Flores Curiel, a pesar de las renunciaciones no se investigó a fondo lo ocurrido (Krauze, 1999).

4.3 Camino hacia la democracia

Después llegó el sexenio de López Portillo (1976-1982), en el que destacó su primer Secretario de Gobernación, Jesús Reyes Heróles, quien fuera el autor de la primera reforma electoral que permitiera un intento de pluralidad y fuera la piedra angular de una serie de reformas que acabarían por democratizar las elecciones en México. En 1977, Reyes Heróles creó una reforma que daría apertura a los demás partidos políticos, por lo que, partidos como el Comunista Mexicano, que fue fundado en 1919, finalmente tuvieron la posibilidad de obtener el registro. Siendo su finalidad principal dar legitimidad al proceso democrático en México, centrándose en la representación proporcional de las minorías, en la cual, todos los partidos podrían tener la posibilidad de tener un representante en el órgano legislativo (Del Villar, 2005).

Para llevar a cabo de la reforma de 1977 se modificó el 12 por ciento de los artículos constitucionales, se abrogó la Ley Federal Electoral que había sido creada apenas cuatro años antes y, se dio vida a la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE). Se crearon las cuotas de representación

proporcional y se modificaron las circunscripciones plurinominales, reemplazando a las cuotas de diputados por partido, para la integración del cuerpo legislativo. Por lo que la Cámara de Diputados se integraría con 300 diputados electos por medio de mayoría relativa y 100 diputados a través de representación proporcional. Para poder acceder a los diputados plurinominales, los partidos tendrían que alcanzar como mínimo, el 1.5 de los votos y a su vez, obtener menos de 60 curules por medio de la elección uninominal de dichos distritos. En la práctica, la representación de mayoría pertenecía al PRI que seguía ganando en casi todos los distritos y la representación proporcional, a los diversos partidos existentes. También, al tener más del 1.5 por ciento de los votos a nivel nacional, los partidos obtenían el registro definitivo y tenían la posibilidad de postularse en elecciones estatales y municipales, el sostenimiento del registro definitivo también ayudaba a mantener, los derechos y prerrogativas durante tres elecciones consecutivas, aún cuando se alcanzara menos del 1.5 por ciento de los votos en alguna de ellas (Del Villar, 2005).

Después esta reforma, algunos autores como Del Villar (2005), con la posterior visita del Papa Juan Pablo II, la calificaron como una búsqueda de fuentes alternas de legitimidad, incluso abriendo otra vez las relaciones con la Iglesia.

En materia económica, el sexenio de López Portillo se caracterizó por la dependencia del petróleo, esto se debió al hallazgo de enormes yacimientos en la sonda de Campeche, como resultado se dio un rápido y efímero crecimiento económico. La bonanza petrolera hizo ver todo con un gran optimismo, incluso se creyó que el precio del barril del petróleo iría al alza en los años siguientes llegando a 50 dólares, se presumió de un despegue en el crecimiento por lo que el gasto público fue desmedido, se descuidó la disciplina fiscal prometida en un inicio, aumentando la deuda pública justo sin prever las tasas de interés en Estados Unidos crecieron desmesuradamente. Los precios del petróleo se fueron a la baja, pasando de 32 dólares aproximadamente en 1981 y a 28.7 dólares en promedio en 1982, disminuyendo dramáticamente a 11.9 dólares en 1986. Todo lo anterior, fue factor fundamental para la devaluación del peso durante su sexenio, la inflación

creció exponencialmente la cual no tuvo fin, heredando una crisis inflacionaria al siguiente presidente, el país entró en una recesión (Del Villar, 2005).

El sucesor de López Portillo fue Miguel de la Madrid, quien en campaña hizo hincapié en continuar con una reforma política; también hablaría de reforzar los Poderes Legislativo y Judicial, pero sobretodo del titular del Poder Ejecutivo, donde mencionaba que ahora el presidente pagaría impuestos, habría disposiciones en contra del nepotismo, sería obligatoria la declaración patrimonial anual de los funcionarios públicos. También prometió que crearía la Secretaría de Contraloría y la Ley Federal de Responsabilidades a Servidores Públicos, además de que la perspectiva de su gobierno sería sobria y en austeridad. Con todos los argumentos anteriores logró convencer a la ciudadanía mexicana de votar por él, a pesar de la perspectiva negativa que generaba su partido (Krauze, 1999).

El nuevo sexenio que llegó con Miguel de la Madrid (1982-1988), lo hizo de la mano de la creciente mala imagen del régimen, después de Tlatelolco, el *Halconazo*, la irresponsabilidad financiera del gobierno de López Portillo y de la aun más creciente corrupción, aumentando el hartazgo popular y la necesidad de una paulatina apertura democrática.

Esta necesidad se hizo notar en el norte de México, en donde se hacía evidente el crecimiento del Partido Acción Nacional (PAN), y en donde se hacían más disputadas las elecciones. Todo eso creó el ambiente idóneo para que, en 1983 en Chihuahua, el PRI perdiera frente al PAN varias de las presidencias municipales, incluyendo dos de las ciudades más importantes de ese estado y donde se concentraba cerca del 80 por ciento del electorado del estado, en Ciudad Juárez, la cual ganó Francisco Barrio, y Chihuahua, donde ganó Luis H. Álvarez, justo en el estado de Manuel Gómez Morín, fundador del PAN. En julio de 1986 se llevaría a cabo la elección para gobernador en Chihuahua, el estado vivía un momento de gran entusiasmo en cuanto a la vida política por lo ocurrido durante los años anteriores, como en 1985, se realizaron las elecciones para diputados locales y el PAN ganó varios distritos y estuvo a punto de equilibrar la representación en el congreso estatal. El candidato para gobernador fue Francisco Barrio, el lado priísta

fue representado por Fernando Baeza y por el lado de la izquierda se hizo presente con el Partido Socialista Unificado de México (PSUM) y su candidato, Antonio Becerra Gaytán. Barrio mostraba ser el candidato más fuerte y más con el creciente apoyo que recibió su partido, por lo que la sociedad chihuahuense habló que de posiblemente ocurriría un fraude para impedir la victoria del abanderado panista. Krauze (1999) menciona que realmente sí hubo un fraude para beneficiar a Fernando Baeza, incluso, hace referencia a que De la Madrid dejó pasar una oportunidad formidable para encabezar un verdadero cambio democrático y en su lugar, echó a andar la maquinaria electoral del PRI para ayudar a ganar a su candidato (Krauze, 1999).

En el último año del sexenio de De la Madrid, se llevó acabo una reforma económica para frenar la inmensa inflación, la cual en cierta medida se logró controlar, desde un año antes por primera vez declaró en quiebra a una empresa pública, la Fundidora de Fierro y Aceros de Monterrey, y varias empresas públicas se encontraban en la misma situación por lo que el gobierno se encargó de deshacerse de ellas, así fue como inició el camino de la privatización de empresas pertenecientes al Estado. El plan de Miguel de la Madrid era que su sucesor fuera alguien que siguiera esta serie de reformas económicas y lograra culminarlo, el elegido fue un tecnócrata, brillante economista y ex secretario de Programación y Presupuesto, Carlos Salinas de Gortari (Krauze, 1999).

4.3.1 Surgimiento del PRD

En el PRI se creó una nueva corriente, influenciado por lo ocurrido en Chihuahua, encabezada por el hijo de un ícono del nacionalismo en México, Cuauhtémoc Cárdenas, otro integrante notable fue Porfirio Muñoz Ledo, expresidente del PRI y ex secretario de Trabajo y de Educación, al no encontrar cabida dentro del partido lo intentaron hacer fue de este (Krauze, 1999).

4.3.2 Elección de 1988

Para la elección presidencial de 1988, como se había mencionado anteriormente, Muñoz Ledo y Cárdenas ya se encontraban fuera del PRI por lo que este último

aceptó la postulación ofrecida por una colación de pequeños partidos. Del lado panista, sería Manuel Clouthier, empresario sinaloense, y finalmente, por el PRI fue Salinas de Gortari. Para historiadores como Krauze (1999), mencionan la existencia de fraude electoral, argumentan que la campaña priísta no empezó con el éxito esperado y posteriormente, el 6 de julio de 1988 la ciudadanía salió a votar, al iniciar el escrutinio de los votos el resultado que se iba desarrollando era aparentemente aplastantemente a favor de Cárdenas, cuando ocurrió la caída del sistema, en la que se atribuye un fallo en el sistema de cómputo, el resultado estaba siendo tan alarmante que se inventó un desperfecto técnico, nunca se supo el verdadero resultado de la elección (Krauze, 1999). El centro de este suceso fue la Comisión Federal Electoral, en ese entonces presidida por el secretario de Gobernación, quien en ese momento era Manuel Bartlett. El día de la elección, los datos de los resultados de las casillas empezaron a llegar alrededor de las 10:00 p.m., eran provistos por el director del Registro Nacional de Elector, José Newman Valenzuela, al ver que la mayoría de los datos capturados no eran favorables, fue cuando se decide suspender la transmisión de información de las casillas. Pocas horas después arribaron a las instalaciones de la Secretaría de Gobernación, Cuauhtémoc Cárdenas, Rosario Ibarra de Piedra (candidata por el PRT) y Manuel Clouthier (PAN), ya en el lugar leyeron un pronunciamiento crítico contra el supuesto fraude electoral, en el cual pedían transparencia y limpieza en la elección. Posteriormente, el presidente del PRI, Jorge de la Vega Domínguez, hizo una conferencia de prensa para anunciar la victoria de Carlos Salinas de Gortari y calificarla como contundente e inobjetable”, aunque no dio dato alguno (Villamil, 2018). La controversia postelectoral tuvo un impacto en la sociedad que provocó una serie de movilizaciones en varias partes del país, la ciudadanía se mostró confundida por la forma en que se desarrollaron los comicios y sobretodo el conteo electoral, así que para no repetir situaciones parecidas, y por el crecimiento de los partidos opositores, desembocó en la creación en una la reforma electoral, la creación de esta culminaría en 1990.

Luego de la elección, Cárdenas luchó contra lo que llamó una usurpación, lo hizo a través de la que consideraba la mejor forma, la creación de un

nuevo partido, uno que de verdad representara a la izquierda, de ahí surge el Partido de la Revolución Democrática (PRD) (Krauze, 1999). De los partidos que participaron en el Frente Democrático, en la cual Cuauhtémoc Cárdenas fuera candidato, tres de ellos decidieron no apoyar el nuevo proyecto, el PPS, PARM y PFCRN (quienes en el año 2000 perderían su registro), el Partido Mexicano Socialista brindó su registro para la formación del nuevo partido, el Partido de la Revolución Democrática (Valdés, 1995).

Con la llegada de Salinas al poder tuvo lugar una nueva generación de políticos, jóvenes tecnócratas, en su mayoría egresados instituciones de Estados Unidos, en los que se destacan, Pedro Aspe, Manuel Camacho Solís, Luis Donald Colosio, Ernesto Zedillo y Jaime José Sierra. Esto con la intención de reformar el país, modernizarlo, su perspectiva era seguir el camino del progreso económico por encima de la libertad política (Krauze, 1999).

A su vez, el PRI igual requería una transformación, también una modernización, el encargado de esa paulatina tarea sería Colosio, trazando la ruta de federalización dentro del partido, la intención era modificar el partido a una organización de ciudadanos, que las elecciones internas realmente se hicieran y se respetaran. El primer desafío que apareció para el partido fue en 1989, en las elecciones para gobernador en Baja California Norte, en la cual, el PAN ganó rotundamente, Salinas de Gortari dio indicaciones a Colosio de aceptar la derrota sin rodeos, siendo la primera vez en la historia contemporánea que un partido de oposición lograba hacerlo, Ernesto Ruffo sería el primer gobernador panista. La decisión de Salinas no fue satisfactoria para todos, como fue el PRI en Baja California, quienes lo tomaron como una humillación, como consecuencia se creó un grupo político denominado Todos Unidos Contra Acción Nacional (TUCAN) (Krauze, 1999).

Después de la mitad del sexenio de Salinas de Gortari, la ciudadanía empezó a emitir votos de forma masiva a candidatos del PAN debido al descontento que había causado el PRI, como consecuencia se desarrollarían diversas disputas que tenían como finalidad acabar con la hegemonía de un solo partido en el país.

Por otro lado, Salinas había ganado el apoyo del sector empresarial gracias a su buen desempeño en el ámbito económico, en finanzas públicas, política monetaria y financiera, y en comercio exterior. En materia macroeconómica, la solución que planteó fue la privatización, sobretodo de empresas que fueran a quebrar o estuvieran virtualmente en bancarrota, ya que ayudaría a equilibrar el presupuesto para disminuir la inflación y nuevamente crecer, los recursos obtenidos fueron de 22,500 millones de dólares, aunque después se volatizaron, además de que se detuvo la salida anual de 4,500 millones de dólares. Otra vertiente que llamó la atención de Salinas de Gortari fue la decisión de darle autonomía al Banco de México y la creación del Tratado de Libre Comercio (TLC), con el cual planeaba culminar la modernización económica de México (Krauze, 1999).

En Guanajuato se realizaron las elecciones a nivel local para gobernador del estado, en las que participaron Ramón Aguirre Velázquez por el PRI, Vicente Fox del PAN y Porfirio Muñoz Ledo por el PRD. Fox llevó a cabo una buena campaña, en la que, según él y su equipo, le dieron la victoria, a pesar de eso las autoridades declararon ganador a Aguirre Velázquez, el panorama parecía que la alternancia era más una ilusión que una realidad. Por lo que el PAN y el PRD realizaron intensas protestas y una parte de la ciudadanía nacional mostró rechazo a lo sucedido, incluso el desacuerdo también se mostró en la prensa internacional, por lo que el PRI renunció y el gobernador interino fue Carlos Medina Plascencia perteneciente al PAN. Este no fue el único caso, también en San Luis Potosí se replicó, en donde los protagonistas fueron Fausto Zapata candidato del PRI y Salvador Nava, el PRI buscó con todos sus recursos mantenerse en esa postura, por lo que Nava (a sus 75 años) alzó la voz, exigiendo el respeto hacia la legalidad y la libertad de expresión, así como limpieza en los procesos electorales. Zapata tomó posición, por lo que Nava respondió haciendo una marcha en el Zócalo, pero antes de realizarla Zapata renunció (Krauze, 1999).

En 1993, Colosio pasaba del PRI a la Secretaría de Desarrollo Social, que era la encargada del programa social más emblemático, Solidaridad, por lo que su nuevo trabajo lo obligaba a viajar por todo el país, convirtiéndolo en

presidenciable y empieza a darse a conocer entre las diversas entidades, ese mismo año, Salinas lo destapa como su sucesor (Krauze, 1999).

4.3.3 EZLN

En las primeras horas de enero de 1994, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), un grupo guerrillero conformado por aproximadamente nueve mil hombres, tomaron tres ciudades ubicadas en el estado de Chiapas. El gobierno sabía su existencia y tenía información sobre esta agrupación desde antes, pero fue cauteloso para no poner en riesgo el TLC. El objetivo de este grupo guerrillero era, en palabras de José Pérez Méndez indígena miembro del EZLN, “quiero que haya democracia, que ya no haya desigualdad. Yo busco una vida digna, la liberación como dice Dios” (Krauze, 1995, pp.474), la desigualdad se había mantenido a lo largo de los años en esa región. A pesar de ser en su mayoría indígenas, no contaban con el apoyo de todas las comunidades pertenecientes a esta etnia en Chiapas, incluso Pérez Méndez fue capturado por habitantes de Oxchuc después de un enfrentamiento entre el EZLN y el ejército, en el que perdieron la vida más de 20 personas, también en Ocosingo y en Altamirano los habitantes mostraron su rechazo hacia ellos, obligándolos a replegarse. Los zapatistas provenían exactamente de la región de los Altos en Chiapas, en el cual se concentran varias comunidades indígenas, quienes no contaban con los servicios básicos, como agua potable, correo, electricidad, escuelas, hospitales ni caminos (Krauze, 1999).

Lo que sí ha habido desde hace siglos eran iglesias, en las que personas como fray Bartolomé de las Casas influyó bastante en la región, ahora lo hacía un clérigo, don Manuel Solís, quien (en sus palabras) encabezaba una iglesia más social y menos tradicional, debido a las condiciones en las que vivían las personas y trataba de crear consciencia en los pobladores de dichas condiciones, insistiendo, a través de reflexiones cristianas, de que debían recuperar su dignidad (Krauze, 1999).

Aunque la mayor parte de los integrantes del EZLN eran indígenas, uno de sus dirigentes no lo era, Rafael Sebastián Guillén Vicente, conocido como

Marcos, originario de Tampico, Tamaulipas, quien estudió filosofía y letras y, fue profesor universitario. Guillén Vicente se convertiría en una imagen del zapatismo, su cara cubierta con un pasamontañas, fumando en una pipa y montando a caballo, sería la imagen que también recorrería los diferentes periódicos nacionales e internacionales (Krauze, 1999).

El discurso inicial del movimiento zapatista era básicamente la destitución de Salinas de Gortari, la rendición del ejército mexicano, la justicia social y el surgimiento de un gobierno libre y democrático. Posteriormente quisieron agregarle las consignas socialistas, pero solo se hizo una vez, ya que querían que la guerrilla fuera reconocida como mexicana y no como socialista, también esa era una diferencia con la guerrilla que había en Centroamérica, no tenía ideología marxista como principal elemento propulsor (Krauze, 1999).

El contexto también en el cual se gestó esta guerrilla fue en una entidad federativa, Chiapas, en la que apenas y había llegado la reforma agraria, la mayor parte de las tierras pertenecía a unas pocas personas, existían enormes latifundios. Por esa razón consideraban un peligro inminente el TLC, ya que muchas empresas estadounidenses se instalarían y sería imposible competir contra ellos, por lo que su mejor opción fue unirse a la guerrilla para poder hacerle frente a este nuevo problema. Dentro del movimiento armado, Marcos crearía el Comité Revolucionario Indígena para darle más voz y protagonismo a este grupo étnico, aun cuando también algunos dirigentes eran indígenas (Krauze, 1999). El movimiento armado duró 12 días, por lo que posteriormente empezó un mecanismo de negociación, ya que era el último año del gobierno de Salinas de Gortari. Por el lado gubernamental, los servicios de inteligencia al servicio del Estado, ya había notificado la evolución de los movimientos armados desde antes del surgimiento del EZLN. Conocían lo organizado que estaban los zapatistas, cómo era su estructura, que tenía mucha interacción con organizaciones populares, además, de que contaban con preparación militar (Carrasco, 2013).

Dentro de las aportaciones que logró hacer el levantamiento del EZLN, se puede mencionar que logró el reconocimiento de la marginación que sufren los

pueblos indígenas en México, incluyó a los indígenas en la agenda política así como darle relevancia en los medios de comunicación, también logró darle un espacio de discusión para resolver sus necesidades, pero el avance más significativo y que es más trascendente para este trabajo de investigación, es el reconocimiento legal del derecho a los pueblos originarios de tener la facultad de elegir sus formas de gobierno (Nájar, 2019).

4.3.4 Colosio

Tres meses después del levantamiento del EZLN, Luis Donaldo Colosio pronunció un discurso durante el acto del aniversario del PRI, llevado a cabo en el monumento a la Revolución, en el cual dijo la célebre frase “yo veo un México con hambre y sed de justicia”, entre muchas otras cosas, habló de las deficiencias en México, de una reforma política y también del distanciamiento que se debía hacer entre el PRI y el gobierno. Dos semanas después de aquel discurso fue asesinado en Tijuana durante un mitin en Lomas Taurinas; Ernesto Zedillo, quien fuera parte de su equipo de campaña, ocuparía el lugar de Colosio para la contienda presidencial (Redacción, 2019).

Colosio se encontraba en Tijuana por motivo de su campaña para la presidencia; los otros candidatos eran Cuauhtémoc Cárdenas (PRD), Diego Fernández de Cevallos (PAN), Cecilia Soto (PT), Jorge González Torres (PVEM), Marcela Lomabardo del Partido Popular Socialista (PPS), entre otros. El 23 de marzo de 1994, tenía un mitin en Tijuana, específicamente en Lomas Taurinas, al terminar el evento, a las 16:05 horas, fue asesinado, recibiendo dos disparos, uno en el abdomen y el otro en la cabeza, siendo el último en que le quitó la vida, tres horas después del suceso fue declarado muerto. El único culpable hasta la actualidad, ha sido Mario Aburto, quien al momento del magnicidio tenía 23 años y siendo el autor del disparo en la cabeza, posteriormente en los careos mencionó que él no realizó el disparo que impactó en el abdomen de Colosio. Los días siguientes al asesinato, fueron un caos mediático, repleto de información confusa, manejándose la posibilidad de que el asesinato fue realizado y planificado por varias personas y no solo una como se decía en la versión más repetida. Posteriormente

a la detención de Aburto, también se detuvo a Domiro García Reyes, Tranquilino Sánchez Venegas, Vicente Mayoral Valenzuela, Rodolfo Mayoral Esquer, Othón Cortés Vázquez y José Rodolfo Rivapalacio Tinajero, como consecuencia de la teoría que sostenía que varios individuos habían planificado todo para que Aburto tuviera la posibilidad de disparar. Todos fueron liberados excepto Aburto y Cortés Vázquez, quien fue acusado de haber sido el otro tirador contra Colosio y que sería liberado dos años después. El 20 de octubre del 2000, la Procuraduría General de la República, mandó a reserva el expediente, con lo que se concluía que Aburto fue el único partícipe (García, C, 2019).

Agustín Basave, expresidente del PRD, tiempo después del magnicidio, en una entrevista para BBC sentenció “estoy convencido que allí empezó la espiral de violencia que hoy nos tiene donde nos tiene” (Nájar, 2019) en la cual refleja lo que sucedió los años siguientes, una crisis política. En septiembre de 1994, pocos meses después del asesinato de Colosio, también fue ultimado el secretario general del PRI y excuñado de Salinas de Gortari, Francisco Ruiz Massieu, la crisis también se tuvo otros aspectos, como en el conocido “error de diciembre” o “Efecto Tequila”, por el que se desató una crisis económica que dejó a miles de personas sin trabajo o sin propiedades. Al año siguiente, en Guerrero fueron asesinados 17 campesinos, a manos de policías estatales, lo sucedido ocasionó el surgimiento del Ejército Popular Revolucionario, un grupo armado que nace en una zona donde antes habían existido grupos guerrilleros entre 1960 y 1970. Después se desataría una creciente ola de homicidios, en parte también por la expansión del narcotráfico en México (Nájar, 2019).

4.3.5 Reformas al Distrito Federal, elecciones de 1996 y 1997

Previamente en 1993, se modificó el artículo 122 constitucional, con lo que se transformó el régimen inteterno del Distrito Federal, ahora poseía la facultad de

autogobierno y administración de sus órganos locales, la asamblea fue dotada de mayores atribuciones, entre las que destacaban, la expedición de su propia ley orgánica, gestionar y aprobar el presupuesto de egresos del Distrito Federal y expedir la ley orgánica de los tribunales de justicia y contencioso administrativo, tenido la capacidad de legislar sobre diversas materias por lo previsto en la Constitución y en el Estatuto de Gobierno. Por su parte, el poder ejecutivo local no tuvo una apertura tan amplia, la reforma solamente abarcó la elección indirecta del jefe de gobierno por parte del ejecutivo federal, por lo que en las elecciones de 1995 únicamente podían elegir a los Consejos Ciudadanos, estos eran órganos especializados en la recolección de demandas y soluciones de los problemas de la comunidad. Posteriormente en 1996, se realizó otra reforma constitucional, la cual dotó de mayor autonomía al Distrito Federal, eliminando la figura del Jefe de Departamento del Distrito Federal, y sustituyéndola por el Jefe de Gobierno del Distrito Federal, la diferencia fundamental radicaría en que ahora sería electo mediante el voto popular. En cuanto la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, sus miembros pasaron a ser llamados diputados, a pesar de que dicho órgano no fuese considerado como congreso local debido a las facultades legislativas que estaban reservadas para el Congreso de la Unión, también entre sus nuevas facultades destacan, el nombramiento del sustituto del jefe de gobierno (si es que alguna vez faltase), así como legislar en materia electoral. Por lo que después de 71 años, los capitalinos ya tenían la posibilidad de elegir a sus autoridades locales, de tal manera que a partir de las elecciones de 1997, el Jefe de Gobierno del Distrito Federal sería electo a través de los sufragios (Santiago, 2001).

La reforma legal también señaló que los candidatos a Jefe de Gobierno deberían juntar algunas características, una de ellas, consiste en no haber desempeñado el cargo (con cualquier carácter) anteriormente; muchos especialistas apuntan que esta norma fue para romper con el pasado político que tenía antes el puesto y renovarlo con nuevos actores políticos, por lo que se esperaba que las elecciones de julio de 1996 fueran realmente un rompimiento de la capital con el régimen político federal (Váldes, 1998).

Antes de iniciar las campañas, a finales de enero de 1996 se realizaron una serie de encuestas que colocaban al PAN al frente con una serie ventaja sobre los demás partidos con un 36 por ciento de las preferencias, en dichas encuestas incluían como posible candidato a Diego Fernández de Cevallos, pero al final los precandidatos fueron Carlos Castillo Peraza y Francisco José Paoli, por su parte el PRD se presentaba con un 24 por ciento de las preferencias, finalmente el PRI se colocó con 14 por ciento, donde los posibles precandidatos eran nombres ya conocidos, como Jesús Silva-Herzog, Alfredo del Mazo, Genaro Borrego, José Antonio González Fernández, entre otros. El PRD lanzó la propuesta de hacer una candidatura única pero el PAN la declinó porque estaban seguros de ganar la elección por sí solos, también fue vista con malos ojos por parte de varios militantes del mismo PRD, por lo que al final cada partido seleccionó a su candidato, por el PAN el candidato seleccionado fue Carlos Castillo Peraza, en el PRD la militancia del partido se encargó de elegir a Cuauhtémoc Cárdenas, por el PRI el partido se decantó por Alfredo del Mazo, el resto de los candidatos fueron Jorge González Torres (PVEM), Manuel Fernández Flores (Partido Popular Socialista), Pedro Ferriz Santacruz (Partido Cardenista), Ignacio Valadez Montoya (Partido Democrático Mexicano y Francisco González Gómez (PT), quien sería sustituido por Viola Trigo. El día de la elección tuvo un alto índice de participación por parte de los ciudadanos, el PAN que al inicio de la campaña parecía el partido con más oportunidades de ganar, perdió su ventaja por errores cometidos durante la campaña, el PRI se veía lejos de ganar la contienda ya que el Distrito Federal se caracterizaría por ser la entidad con mayor constancia de voto pluralista, al final, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano ganó olgadamente las elecciones, con el 48 por ciento de votos, el PRI con Del Mazo logró subir al seundo puesto con el 25.60 por ciento y el PAN en tercero con el 15.58 por ciento de las votaciones. A partir de ese año hasta el 2018, todos los Jefes de Gobierno del Distrito Federal serían del PRD, goberando así por 21 años en la capital, hasta que Morena ganara y fuera el primer partido en ganar la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México (Váldez, 1998).

Un año a después se llevaron acabo las elecciones para renovar parcialmente el Congreso de la Unión, los comicios vendrían acompañados con un

panorama alentador, ya que los partidos de oposición estaban creciendo y ganando en elecciones anteriores importantes, como en el caso del Distrito Federal en el cual el PRD ganó la Jefatura de Gobierno y en Nuevo León recién había ganado el PAN, además de la reciente reforma electoral que le daba una oportunidad real a los partidos opositores, también por lo anterior, el PRI ya no contaba con la condición de aplanadora en los comicios intermedios. Los resultados de las elecciones reflejaron el aumento de la presencia de los partidos de oposición, acercándose muy velozmente al partido del régimen, el PRI, quien se vio muy reducido por estos dos partidos, el PRI obtuvo el 38.71 por ciento, el PAN el 27.06 por ciento y el PRD 25.65 por ciento de los votos. El presidente Ernesto Zedillo, rectificó sin ningún contratiempo los resultados de la elección, así como también aceptó el inicio de nuevos tiempos en la vida política de México. Lo se traducía a que el PRI perdería la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados, pasando a tener que negociar con los demás partidos todos los temas que al Congreso le conciernen, como el presupuesto de egresos, la fiscalización del gasto público, además de cualquier reforma que se tuviera intención de hacer, por lo que para muchos, la Cámara de Diputados por fin iba a empezar realmente representativa (Rico, 1997).

4.3.6 Elecciones del 2000, la alternancia

Debido a los resultados de las elecciones que habían ocurrido en los años anteriores, en México se tenía la expectativa de la posibilidad real de alternancia en el Ejecutivo Nacional en las elecciones del 2000, también el creciente pluralismo de partidos en los Congresos Locales y en los municipios, todo lo anterior había logrado equilibrar la balanza de oportunidades de ganar una elección presidencial.

Durante las precampañas, que fueron de larga duración, se extendió la idea de unificar a toda la oposición en una sola coalición para hacer mayor contrapeso al PRI, pero debido a la complejidad de elegir un candidato en una coalición opositora se optó por hacerlo más divididos, surgiendo así dos coaliciones. El PAN junto al PVEM crearon la coalición Alianza por el Cambio, en la que el candidato fue Vicente Fox, por el otro lado el PRD conformó junto con el PT y los

nacientes partidos, Convergencia por la Democracia (liderada por Dante Delgado), el Partido de la Sociedad Nacionalista y el Partido Alianza Social, la coalición Alianza por México, en el cual Cuauhtémoc Cárdenas volvió a ser candidato, en cuanto al PRI, a finales de 1999 realizó unas elecciones abiertas para elegir al candidato, fue una contienda muy cerrada entre Roberto Madrazo, gobernador de Tabasco, y Francisco Labastida, Exsecretario de Gobernación, al final el candidato del PRI fue este último; por los demás partidos más pequeños los candidatos fueron Manuel Camacho Solís por el Partido del Centro Democrático, Gilberto Rincón Gallardo por parte del Partido Democracia Social y finalmente, Porfirio Muñoz Ledo quien fue postulado por el PARM pero poco tiempo después retiró su candidatura en favor de Fox (Alonso, 2000).

Una de las características más notorias de estas elecciones fue como estuvo matizada por el *marketing* político, se empezó a utilizar al “escándalo” , la farándula, como recurso en una campaña política. Además, de 47 encuestas de preferencia de noviembre de 1999 a junio del 2000 analizadas señalan que la mayor parte fueron utilizadas con fines políticos, algunos partidos pagaron para su difusión y dejaron de emplearse otras en medios de comunicación. En consecuencia, el IFE realizó una campaña en contra de la coacción del voto, a pesar de eso, no logró persuadir a los partidos (Alonso, 2000). Además de que creció el uso de la radio y la televisión para la difusión de mensajes políticos en época electoral, por lo que la ciudadanía fue bombardeada por anuncios televisivos y de radio durante los meses que duraron las campañas, el tiempo que invirtió cada partido político en radio y televisión fue más equitativo que años anteriores.

Debido a la apertura política que se vino gestando a través de las reformas electorales se logró equilibrar la competencia electoral entre los partidos políticos, a través de la regulación del gasto público equitativo para su uso en campaña y la realización de proselitismo, en consecuencia, este recurso financiero se destinó en buena medida a empresas televisoras, por lo que el uso del *spot* se popularizó entre los candidatos como una de las principales vías para difundir sus ideas, en las campañas presidenciales de 2000, y posteriormente en 2006, se

convertiría en uno de los rasgos más emblemáticos, además de que una fracción importante fue de características negativas. Las campañas negativas que se implementaron en esta elección fueron orientadas principalmente a algún candidato en específico y a su partido, enfocando el ataque a los principios morales y a las capacidades técnicas del candidato y del partido. A continuación, se mostrarán dos tabla en las cuales se describe más claramente las campañas negativas entre los dos principales candidatos y los dos partidos políticos protagónicos de la elección del 2000 (Pérez, 2014).

Tabla 1

Ataques entre candidatos efectuados durante la campaña del 2000

Sujeto atacante (candidato)	Ataque			
	Orientación y Dimensión			
	Moral	Capacidades técnicas	Personalidad y desempeño biográfico	Comportamiento durante el proceso electoral
Francisco Labastida	El candidato opositor fue uno de los principales beneficiarios del Fobaproa. El candidato opositor es de derecha. El candidato opositor es antinacionalista	El candidato opositor tiene experiencia en la administración privada, no pública	El candidato opositor tiene un origen extranjero.	El candidato opositor es grosero y habla de forma irresponsable

Vicente Fox	El candidato opositor es el candidato del régimen	El candidato opositor carece de ideas y capacidades	El candidato opositor es “chaparro de ideas” y un “mariquita”	
-------------	---	---	---	--

Fuente: Tomado de Pérez, 2014, p. 100.

Tabla 2

Ataques entre partidos políticos durante la campaña del 2000

Partido político	Ataque		
	Orientación y dimensión		
	Moral	Capacidades	Estructura, historia y desempeño
PRI	El partido opositor utilizó fuentes ilegales de financiamiento	El partido opositor ha tenido experiencias desastrosas en algunos estados	
Coalición Alianza por el Cambio	El partido opositor utilizó fuentes ilegales de financiamiento. El partido opositor es corrupto		El partido opositor abrió el narcotráfico y la corrupción en el gobierno El partido político ha creado un ambiente de inseguridad nacional

Fuente: Tomado de Pérez, 2014, p. 101

En resumen, los cuadros anteriores se mostró que el PAN enfocó su campaña negativa hacia la dimensión moral e histórica del PRI, más que al candidato. El PRI dirigió su camapaña negativa hacia la dimensión moral de Vicente Fox y su comportamiento durante el proceso electoral. De ambos lados surgieron ataques centrados en las capacidades técnicas de los candidatos y su historia biográfica. En la parte final de la campaña, el candidato del PAN difundió el mensaje de que “representaba el verdadero cambio” y a hacer uso del “voto útil” (Pérez, 2014).

En la votación participó cerca del 64 por ciento de la lista nominal, 13.8 puntos por debajo de la elección de 1994, una de las razones fue la intensidad que se manejó en las campañas y pudieron causar confusión entre los votantes por lo que al final optaron por no acudir a los comicios (Alonso, 2000). En total se realizaron 37,601,618 votos, de los cuales el 42.52 por ciento fue dirigido a Vicente Fox de la coalición Alianza por el Cambio quien resultó ganador de la elección, seguido por Labastida del PRI con el 36.11 por ciento de la votación, en tercer lugar quedó Cuauhtémoc Cárdenas de la coalición Alianza por México con el 16.64 por ciento, el resto de los candidatos obtuvieron el 2.55 por ciento de la votación (Instituto Federal Electoral, 2000). Como fue mencionado en lo anterior, Vicente Fox fue electo Presidente de México de 2000 a 2006, logrando una alternancia en el Titular del Poder Ejecutivo después de décadas, rompiendo con la hegemonía de un solo partido.

La victoria del PAN se puede explicar también porque era el partido más viable para alcanzar la alternancia, ya que era el partido de oposición más longevo, con mayor consistencia y con mayor cantidad de elecciones importantes ganadas, como presidencias municipales y gobernaturas. A su vez, Vicente Fox utilizó una campaña que le ayudó a proeyectar una imagen ganadora y supo aprovechar las deficiencias de las campañas de sus adversarios (Valdés, 1995).

4.3.7 Campaña presidencial 2006, la continuidad

El contexto social y político que se estuvo gestando años anteriores y durante el sexenio de Fox, hizo favorable el camino para las elecciones presidenciales del

2006 para el PRD y el PAN, en cambio para el PRI, la instauración de un nuevo régimen complicó las vías para su retorno, cada vez un poco más mermado no contaba con las mismas capacidades de antes. Los candidatos principales que participaron en estos comicios fueron Felipe Calderón por el PAN, Andrés Manuel López Obrador por la coalición “Por el bien de todos”, la cual fue conformada por el PRD, PT y Convergencia, Roberto Madrazo por la coalición “Alianza por México”, integrada por el PRI y el PVEM, Patricia Mercado por el PSD y Roberto Campa Cifrián por Nueva Alianza, los primeros dos fueron los protagonistas de las elecciones (Instituto Nacional Electoral, 2006).

Las campañas de ese año estuvieron repletas de *spots*, como en las del 2000, buena parte fueron de campañas de negativas, el primero de esta índole fue emitido por el candidato del PAN, Felipe Calderón, en contra del candidato del PRD, Andrés Manuel López Obrador, este *spot* marcó el inicio formal de las campañas negativas, el presidente Vicente Fox también recurrió a utilizar este tipo de estrategias, por lo que recibió en reiteradas ocasiones llamadas de atención de las autoridades electorales, también en varias ocasiones le pidió a la ciudadanía votar por el candidato de su partido, así como la emisión de diversos *spots* para difundir la obra y logros de su sexenio, en donde más participó el expresidente fue la campaña negativa y atacar directamente a López Obrador, al punto de exasperar al candidato del PRD, el PAN aprovechó la reacción de AMLO y sus errores para gestar una campaña negativa, el PAN al ser cuestionado por la utilización de este tipo de estrategias, replicó que eran de contraste; el eslogan más conocido y difundido fue el de “López Obrador es un peligro para México”, el *spot* en el cual aparecía el IFE ordenó que se retirara inmediatamente por el alto contenido violento; otros anuncios y ataques eran relacionados a la similitud de AMLO con Hugo Chávez, Presidente de Venezuela . La respuesta del PRD fue denunciar ante el IFE una “campaña sucia” por parte del PAN en su contra, solicitando que el PAN detuviera la emisión de *spots* que atacaran a su candidato; a su vez, se inició una campaña negativa en contra de Calderón, en la cual, lo acusaban de que apoyó la firma del FOBAPROA y relacionarlo con el origen de diferentes problemáticas como migración y desempleo. Por su parte, el PRI también realizó campañas negativas

en contra de López Obrador, en su primer *spot* de este tipo emitido, atacaban una de las propuestas de campaña de AMLO, posteriormente, lo siguieron atacando en más *spots*. La cantidad de *spots* en televisión emitidos del 19 de febrero al 28 de junio en los cuales aparecían los tres principales candidatos fue el siguiente, López Obrador 16,316 en total, Calderón 11,906 y Madrazo 10,475, aunque AMLO fue el candidato con la mayor cantidad de apariciones, el PAN fue el partido que más *spots* negativos emitió (Pérez, 2014).

El 2 de julio de 2006 fue el día en el que se realizaron las elecciones, en las cuales participó el 58.55 por ciento de la lista nominal, el conteo de votos arrojó que el PAN obtuvo el 35.89 por ciento de los votos, la coalición “Por el bien de todos” el 35.31 por ciento, la coalición “Alianza por México” el 22.26 por ciento, el PSD el 2.70 por ciento y Nueva Alianza 0.96 por ciento (Instituto Nacional Electoral, 2006), por lo que el resultado favoreció al candidato del PAN, debido a la muy escasa diferencia de votos entre el PAN y la coalición “Por el bien de todos”, la elección se vió inmersa en una enorme controversia. Ese mismo día, a través del Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP), el cual emite información minuto a minuto de los resultados electorales a través de un conteo rápido, dio a conocer que López Obrador inició el computo de los votos en la delantera, seguido por Calderón, posteriormente AMLO empezó a disminuir en votación mientras que proporcionalmente el abanderado del PAN subía, al finalizar el día, Calderón se encontraba con una muy pequeña ventaja sobre AMLO, por lo que el IFE determinó que la contienda había sido sumamente disputada por lo que no era posible dar un candidato como ganador (Cárdenas, 2007). El consejero electoral presidente, Luis Carlos Ugalde, pidió a ambos candidatos que no realizaran alguna pronunciación declarándose ganadores de la elección, ambos hicieron caso omiso y cada uno por su parte se declaró ganador de la elección, lo que desembocó en aumento de incertidumbre sobre el resultado real y la transparencia de los comicios (Schedler, 2009). Por lo que el 5 de julio se inició el recuento de todos los distritos electorales, el IFE ordenó que se evitara abrir las urnas, el recuento se realizaría con los datos de las actas de escrutinio de cada mesa de votación, se encontraron anomalías en

algunas casillas por lo que varias fueron anuladas, al finalizar, el resultado siguió siendo favorable para Calderón (Cárdenas, 2007).

Los días posteriores AMLO extendió el discurso de fraude entre sus seguidores, argumentando que se habían realizado prácticas tramposas en el conteo de votos, ignorando o descreditando las declaraciones del IFE al respecto, por lo que decidió salir a las calles con sus simpatizantes y recurrir al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), el PRD presentó un juicio de inconformidad, en el cual, los tres puntos principales eran “1) un recuento de todos los votos; 2) la anulación de los resultados de casillas específicas por razones de inconsistencias aritméticas; y 3) la invalidación de toda la elección debido a irregularidades anteriores a la jornada electoral” (Schedler, 2009, p.47), a lo largo de los días siguientes, el PRD presentaría diversas impugnaciones, algunas frívolas y otras mejor preparadas, en las cuales destacarón las relacionadas con diferencias de los resultados entre las actas y el cómputo final de las casillas. Para aumentar la presión, López Obrador llamó a una resistencia civil contra la imposición de un candidato, de lo que él llamo un “gobierno espurio”; como resultado se instaló un plantón en el Zócalo de la Ciudad de México y en Paseo de Reforma. Dos meses después de suma tensión, en septiembre, el TEPJF validó la victoria de Felipe Calderón. Diez días después, pidió a sus seguidores asistir a su toma de protesta como “presidente legítimo” de México, de igual manera conformaría su gabinete y se eleboraría una Constitución (Schedler, 2009). De esta forma daría como finalizado este capítulo del conflicto entre López Obrador y Calderón, culminaría de forma pacífica e incluso con ambiente festivo, por todo lo que sucedió en toda la época electoral AMLO se convertiría en uno de los críticos más grandes del gobierno panista y gran parte de la opinión popular seguiría pensando que realmente ocurrió un fraude electoral en las elcciones presidenciales del 2006, otra repercusión que tendría la problemática desarrollada en esas elecciones sería la necesidad de la creación de una nueva reforma electoral, la cuál, vería la luz en el año 2007.

El 1º de diciembre de 2006, Calderón tomó posesión en un ambiente hostil en la cámara de diputados, en donde los parlamentarios obstaculizaron su entrada por la puerta principal, por lo que tuvo que entrar por una puerta colateral del Congreso, al llegar a la tribuna fue recibido con chiflidos y gritos de los diputados, por lo mismo, su toma de posesión duró unos minutos. Un aspecto del sexenio en el que la opinión pública estuvo más concentrada, fue en su estrategia, la llamada guerra contra el narcotráfico, para combatir el aumento del narcotráfico y la violencia causada por este, que empezaba a ser cada vez mayor, terminó por aumentar aún más la violencia y a su paso cobró la vida de decenas de miles de muertos durante el sexenio (Bastidas, 2012). Otros aspectos importantes que terminaron aumentando la negativa del sexenio fueron la crisis económica mundial que ocurrió entre el año 2008 y 2009, y también la crisis de salud causada por la influenza H1N1, finalmente consolidó el hundimiento político del gobierno y del PAN (Olvera, 2019).

4.3.8 Campaña presidencial 2012, el retorno del PRI

Durante el sexenio de Felipe Calderón (2006-2012), el PAN empezó a disminuir su fuerza política, sufrió la renuncia de varios dirigentes y el partido empezó a fragmentarse, al igual que la percepción de la opinión pública empezó a ser negativa debido a la ausencia de un cambio sustancial durante los doce años de gobierno panista. El gobierno paralelo que propuso Andrés Manuel y su autonombamiento como “presidente legítimo” después de las elecciones de 2006 tuvo como resultado la también división del PRD y la pérdida de institucionalidad, que habían logrado durante los años anteriores, así como también que el PAN tuviera que aliarse con el PRI para minimizar al PRD. Debido en buena parte a lo anterior y al también debilitamiento del PRD, en las elecciones federales intermedias de 2009 logró cerca del 37 por ciento de diputados federales por mayoría relativa, la mayoría de gubernaturas, presidencias municipales y mayoría en casi todos los congresos locales; en el 2010 se llevaron a cabo 18 elecciones para gubernatura, de las cuales el PRI ganó 15, los 3 restantes los logró ganar al PAN debido a que fue en coalición junto con el PRD, únicamente así pudieron hacerle frente al PRI. Así fue como el

PRI logró consolidarse y creó el camino idóneo para regresar a la presidencia en 2012, el cual se vio facilitado por la falta de proyectos políticos alternativos del PRD y del PAN (Olvera, 2019).

En estas elecciones fueron dos los candidatos que representaron una coalición y dos que fueron por partido único; Enrique Peña Nieto fue el representante de la coalición Compromiso por México conformado por el PRI y el PVEM, Andrés Manuel Obrador volvió a postularse, esta vez por la coalición Movimiento Progresista que la conformaban el PRD, PT y Movimiento Ciudadano (anteriormente Convergencia), y por partidos únicos los candidatos fueron Josefina Vázquez Mota por el PAN y Gabriel Quadri por Nueva Alianza (Instituto Federal Electoral, 2012).

Como se explicó anteriormente, el PRI habría tenido un panorama alentador después de 12 años de gobiernos panistas, uno de los retos que aún tenía que afrontar sería el de la imagen del autoritarismo, la falta de transparencia en elecciones anteriores, la corrupción, así como otro tipo de abusos cometidos durante los más de 70 años que permaneció sin interrupción en el poder, se intentó solucionar renovando buena parte de su dirigencia, así como desde el 2006 se realizaban con mayor transparencia las elecciones internas del partido, incluso autores como Crespo (2013), mencionan que el retorno del PRI al gobierno no sería mal visto por un sector del electorado debido a la liberalización de la democracia que fueron gestando, así como su interés en seguir las nuevas reglas que se iban implementando (Crespo, 2013).

Duante la campaña, el PRI realizó una estrategia de acaparamiento masivo, llevó acabo mítines en los que asistían una gran cantidad de personas, se repartió un gran número de regalos, así como también se compró en demasía diversos espacios publicitarios, desde bardas pintadas con el nombre del candidato hasta espacios en prensa nacional y local (Olvera, 2019); algunos medios de comunicación como la revista *Proceso* (Vergara, 2012), denunció la enorme cantidad de dinero que gastó en campaña Peña Nieto para posicionar su imagen, así como también el apoyo que recibió de gobernadores de algunos estados. Por

su parte, el PAN, con el apoyo del gobierno federal trató de emular las prácticas del PRI pero con menor eficacia, además de la fragmentación ya mencionada, Calderón no trató de reunificar las diferentes corrientes panistas. Mientras que los partidos de izquierda que iban en coalición, PRD, PT, Convergencia, no tuvieron el impacto esperado, debido a la falta de recursos materiales, económicos y de personal suficiente y cooperación entre los partidos, así como una propuesta alternativa convincente a nivel local, como la postulación de candidatos de diputados y senadores que no convencían, no eran populares, también el equipo de López Obrador de fue el suficiente para cubrir todas las casillas de votación; el inesperado surgimiento del movimiento #YoSoy132 logró elevar momentáneamente la candidatura de AMLO y de forma efímera le hizo frente al PRI (Olvera, 2019).

El movimiento de #YoSoy132 surgió en mayo del 2012, a dos meses de las elecciones presidenciales, nace de la indignación de la comunidad universitaria principalmente, entre sus principales exigencias estaba la democratización de los medios de comunicación en México en la que dos empresas televisivas concentraban todo el control, así como también impedir que el PRI regresara al poder. Al momento de su surgimiento, el PRI se encontraba a aproximadamente 20 puntos arriba de su contrincante más cercano, Peña Nieto asistió a la Universidad Iberoamericana en la Ciudad de México, al momento de su llegada fue increpado por una multitud de estudiantes por la represión en Atenco en 2006 cuando él gobernaba el Estado de México, además de abuchearlo e insultarlo, por lo que el candidato del PRI tuvo que huir por los baños de la universidad. Videos de lo ocurrido se subieron rápidamente a las redes sociales en donde tuvieron miles de visitas velozmente; para intentar minimizar en algunos medios de comunicación se dijo que no eran estudiantes, sino personas contratadas para alborotar. El 14 de mayo de 2012, 131 estudiantes de la Universidad Iberoamericana subieron un video en YouTube, el cual se hizo viral, explicando que sí fueron alumnos (mostrando su credencial de la universidad) y no eran tan pocos como los que habían mencionado, y protestando contra Peña Nieto y el PRI; en Twitter se hizo tendencia “131 Alumnos de la Ibero”; posteriormente, el resto de la población para mostrar su apoyo al movimiento hizo que surgiera el *hashtag* #YoSoy132. A través de las redes

sociales, en especial en Twitter, se empezaron a generar las primeras protestas, la primera de ellas con el *hashtag* #MarchaYoSoy132 y posteriormente con #MarchaAntiEPN, en esta última es cuando el movimiento toma una forma más seria (Rovira, 2012). El movimiento #YoSoy132 tomó relevancia gracias a que coincidió con el crecimiento mundial de las redes sociales, si no, no hubiera llegado a ser tan difundido y logrado un impacto en la opinión pública, estas serían las primeras elecciones presidenciales en México en el que las redes sociales tomarían un papel importante y decisivo. Este crecimiento mundial de las redes sociales ya había influido en la vida política de otros países, en 2008, había sido pilar en la elección de Barack Obama como presidente de Estados Unidos, siendo la primera campaña presidencial del mundo en utilizarlas como uno de sus principales medios de difusión, por otra parte, coincidió con el surgimiento de movimiento sociales en las que las redes sociales fueron fundamentales para su surgimiento y movilización, como la Primavera Árabe en 2010 (en Túnez ocurrió desde el 2008), las protestas de Grecia de 2011, el Movimiento 15-M en España el 2011, la Movilización de Estudiantes de Chile iniciada en 2011, siendo el primer ejemplo el que obtuvo los cambios más profundos (Artagan, 2019).

El 1º de julio de 2012 se realizaron las elecciones federales de México, en las cuales participaron el 63.34 por ciento de la lista nominal, obteniéndose 50,323,153, de votos, cabe señalar que días posteriores se volvieron a contar los paquetes electorales del 54.8 por ciento de las casillas a nivel nacional para evitar lo ocurrido en las elecciones presidenciales anteriores, por lo que el resultado para Presidente de la República fue el siguiente, por la coalición Compromiso por México, conformada por el PRI y PVEM, el candidato Enrique Peña Nieto obtuvo el 38.21 por ciento de la votación; el abanderado por la coalición Movimiento Progresista, integrado por el PRD, PT y Movimiento Ciudadano, Andrés Manuel López Obrador consiguió el 31.59 por ciento; la candidata del PAN, Josefina Vázquez Mota, obtuvo el 25.41 por ciento; finalmente, Gabriel Quadri de la Torre del PANAL logró el 2.29 por ciento. Por lo que Peña Nieto fue electo Presidente de la República para el periodo 2012-2018 (Instituto Federal Electoral, 2012). En cuanto a la Cámara de Diputados, el PRI ganó 151 de las 300 curules de elección por mayoría relativa, en

total, serían 207 diputados priístas de los 500 totales, mientras que en el Senado ganaría 41 de los 96 electos por mayoría simple, siendo 52 de los 128 totales (Instituto Federal Electoral, 2012), por lo que el PRI sería mayoría en ambas cámaras y obtendría el Ejecutivo Nacional.

4.3.9 Elección presidencial 2018, la llegada de un nuevo partido

El antecedente de la elección presidencial de 2018 fueron las elecciones intermedias de 2015, donde se eligieron a los nuevos integrantes del Congreso de la Unión. En las cuales ocurrieron eventos trascendentes en la vida política en México y que serían el antecedente para futuras elecciones; como lo fue el primer candidato independiente que logra ganar una diputación federal, cuyo ganador fue Manuel Clouthier del distrito 5 de Sinaloa, con sede en Culiacán (Redacción, 2015); y estas elecciones fueron las primeras en las cuales participó MORENA (agrupación fundada por Andrés Manuel López Obrador) después de obtener su registro como partido político en 2014. En las elecciones intermedias de 2015, MORENA obtuvo 14 escaños por mayoría relativa y 21 por representación proporcional (Instituto Nacional Electoral, 2015).

En el proceso electoral de 2018 se eligió al presidente de la República, se renovaron los 128 senadores y los 500 diputados federales. Cuyos candidatos para la presidencia fueron Andrés Manuel López Obrador por la coalición “Juntos Haremos Historia”, conformada por MORENA, Partido Encuentro Social y el PT; Ricardo Anaya, representó a la coalición “Por México al Frente”, integrada por el PAN, PRD y Movimiento Ciudadano; José Antonio Meade Kuribreña por la coalición “Todos por México”, resultado de la alianza del PRI, PVEM y Nueva Alianza; por primera vez participaron candidatos independientes, los únicos dos en aspirantes que lograron recabar los requisitos que pedía el INE para poder ser candidato fueron Margarita Zavala (quién posteriormente se saldría de la contienda electoral) y Jaime Rodríguez Calderón (Instituto Nacional Electoral, 2018).

Las elecciones se llevaron a cabo el 1º de julio de 2018, los resultados fueron favorables para la coalición “Juntos Haremos Historia”, debido a que ganaron

las elecciones para presidente de la República y, en el caso de MORENA, la mayoría en la Cámara de Diputados. Los resultados fueron los siguientes, para presidente el ganador fue Andrés Manuel López Obrador, con el 53.2% del total de votos, seguido por Ricardo Anaya con el 22.3%, José Antonio Meade con el 16.41% y Jaime Rodríguez Calderón con el 5.2% (Instituto Nacional Electoral, 2018).

Los resultados fueron con un amplio margen en favor de MORENA en el Congreso de la Unión, cuyo resultado fue el 37.16% de los votos para diputados federales y el 36.9 para senadores. Como consecuencia, logró la mayoría en ambas cámaras y ganó en coalición la presidencia de México (Instituto Nacional Electoral, 2018) .

Las elecciones ocurridas en México el 1º de julio de 2018 fueron las más grandes que se han realizado en el país, ya que además de elegir presidente, senadores y diputados federales, también se votó por gobernadores (en algunos estados), un jefe de gobierno, alcaldes y diputados. Por lo anterior, fueron las elecciones que más presupuesto se ocupó, según datos del INE (Najar, 2018).

4.4 Conclusiones capitulares

La finalidad de este capítulo fue contextualizar el ambiente socio político que existió en el México contemporáneo, desde los movimientos sociales surgidos a finales de 1950 debido al autorismo existente hasta las elecciones presidenciales del 2012. A pesar de que sí hubo una transformación en materia electoral, la democracia en México tiene que mejorar en otros aspectos, desde la definición de Olvera (2010, p.13) respecto a la democracia “un régimen político que garantiza los derechos de la ciudadanía en un sentido amplio y permite a los ciudadanos intervenir en la vida pública, es decir, influir en las decisiones del gobierno y vigilar su desempeño”. Hay más áreas en las cuales se tienen que mejorar, como en la de cultura política o también que se abrieran nuevos espacios públicos pues se procuró más la

legitimización de la representación política, afianzando la separación de la sociedad civil de la sociedad política, el lugar de la sociedad civil en el desarrollo de la democracia fue catalogado como no importante (Olvera, 2010). Como menciona Olvera (2010), en México se han seguido dos caminos en cuanto a la democratización de la vida pública, una es la edificación de instituciones que garanticen los derechos, la mayor parte son organismos autónomos, enfocándose en la preservación legal e institucional de los derechos políticos de la ciudadanía; El segundo camino es más complejo, es a través de diversos intentos de participación ciudadana, algunas de ellas fueron institucionalizadas otras informales, en las cuales la sociedad civil y algunos funcionarios públicos han intentado lograr una apertura a la intervención de la ciudadanía en los asuntos públicos.

Para entender más sobre el contexto en el cual se fue exhibiendo las precariedades de diferentes aspectos sobre la democracia en México y cómo se ha intentado corregirlas, es importante conocer el contexto en el cual se fueron desarrollando diferentes sucesos y movimiento sociales, los cuales, dieron lugar a situaciones que evidenciarían estas deficiencias del sistema democrático del país.

En México se alcanzó cierta estabilidad política hasta después de la Revolución, la población post revolucionaria estaba principalmente concentrada en zonas rurales, existía una brecha de desigualdad económica enorme aun cuando la lucha armada; lo que intentó lograr la Revolución fue mejorar las condiciones del campo y el resultado fue la Constitución de 1917. En las décadas siguientes, los ideales de la Revolución fueron desapareciendo y se fue estableciendo un nuevo régimen autoritario para mantener la estabilidad política en el país. Paulatinamente la figura presidencial fue concentrando el poder, no existía una oposición en cuanto a la toma de decisiones, controlando todos los poderes Legislativos y el Judicial; se logró consolidar el poder en el ejecutivo a través del “partido oficial”, que inicialmente fue el Partido Nacional Revolucionario, que después sería llamado Partido de la Revolución Mexicana y finalmente Partido Revolucionario Institucional, que prácticamente todos los puestos de elección popular eran ocupados por ese partido,

por lo que todo lo plasmado en la Constitución de 1917 en cuanto a un gobierno plural, democrático se dejó a un lado.

Por lo anterior, se fue dando como resultado el descontento de varios sectores a través de los años, iniciando así diversos movimientos sociales, siendo el más conocido y emblemático el de los estudiantes de 1968; pero antes de éste, ocurrieron otros movimientos también importantes y que dieron pauta al surgimiento de una serie manifestaciones sociales que culminarían en 1968. El primero ocurrió entre 1957 y 1958, en el cual, un conjunto de sindicatos al servicio del Estado, entre ferrocarrileros y maestros, con algunos se logró llegar a un acuerdo, pero la mayor parte fueron brutalmente aplastados; la persecución de los docentes empezó principalmente porque buscaban un aumento salarial que no habían tenido en varios años, para disminuir la inconformidad se aumentó el 14% de los salarios; Othón Salazar fue uno de los personajes principales, creó el Movimiento Revolucionario del Magisterio y fue uno de los líderes de este movimiento de docentes. Los ferrocarrileros enfrentaron una situación parecida al de los maestros, exigían un aumento salarial ya que poseían el salario más bajo de la clase obrera; se creó una comisión para solicitar dicho aumento, uno de los representantes de la comisión fue Demetrio Vallejo, quien sería líder del movimiento hasta su detención en 1959 (Rivas, 2018).

En 1965 explota el conflicto de los médicos, en el cual participaron mayoritariamente alumnos de la Facultad de Medicina y de la Escuela de Odontología de la Universidad Autónoma de México (UNAM), como también de otras universidades del país. Anteriormente el movimiento había iniciado en noviembre de 1964 para exigir un mejores sueldos y prestaciones para los médicos y residentes que laboraban en el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (ISSSTE) (Estrada, 2004).

La confrontación con los estudiantes inicia en 1956, cuando se utilizó al ejercito para clausurar de forma definitiva el internado para estudiantes del Instituto Politécnico Nacional, a partir de este momento la represión hacia el alumnado inicia (Rivas, 2018). Ya para 1968, el primer antecedente fue el 22 y 23

de julio, un grupo de estudiantes de bachillerato del IPN y de una escuela incorporada a la UNAM protagonizaron un violento enfrentamiento; días después, los granaderos ingresaron a la Vocacional Número 5 del IPN, en donde agredieron a la comunidad estudiantil; posteriormente, la Federación Nacional de Estudiantes Técnicos realizaron una protesta dos días después, la cual terminó unificándose con otros manifestantes que se encontraban ese día y se dirigieron al Zócalo de la Ciudad de México, antes de llegar fueron reprimidos violentamente; también ese día la policía se enfrentó a estudiantes de las Preparatorias 3 y 4 de la UNAM, como consecuencia la comunidad universitaria y politécnica se unificó (Rivas, 2018). En la madrugada del 30 de julio de ese año, el ejército ingresa a diversas instalaciones de la UNAM y del IPN portando armas de gran calibre; este hecho da como resultado que la comunidad universitaria sea respaldada por autoridades universitarias y otros sectores de la sociedad mexicana. El 2 de agosto de 1968 se crea el Consejo Nacional de Huelga (CNH), en donde se concentrarían todas las instituciones educativas (bachillerato y universitarias, algunas de otros estados de la república) que participaron activamente en el movimiento. El 22 de agosto, Luis Echeverría, Secretario de Gobernación extendió una invitación a los representantes universitarios a un diálogo en su oficina, la CNH exigió que dicho diálogo fuera público y pidió representantes del gobierno para poder entablar las negociaciones (Estrada, 2014). El 27 de agosto se realiza una de las manifestaciones más numerosas en muchos años, aproximadamente medio millón de personas recorrieron del Museo de Antropología hasta el Zócalo, al llegar determinaron dejar un campamento hasta el 1º de septiembre, cuando tenía que rendir su informe Díaz Ordaz; se utilizaron a grupos de choque y paramilitares para desarticular el movimiento. Por lo anterior, el 13 de septiembre se realizó una manifestación en silencio absoluto; el 18 de septiembre el ejército empezó a tomar las instalaciones del IPN y de la UNAM, generando malestar en los estudiantes y más descontento (Rivas, 2018). Ya el 2 de octubre, a las 16:00 horas empezaron a reunirse los asistentes, una hora y media después inició el mitin; posteriormente dos helicópteros empezaron a sobrevolar la zona, uno de ellos lanzó una bengala, momentos después se escucharon los primeros disparos, presuntamente realizados

por el denominado Batallón Olimpia, quienes estaban apostados en la parte superior del edificio Chihuahua e infiltrados entre los asistentes, todos ellos portaban un guante o pañuelo blanco en la mano izquierda para reconocerse; estos empezaron a disparar al ejercito para provocarlo, hiriendo al general José Hernández Toledo quien se había encargado de la operación por parte de los militares, a lo que respondieron también disparando, pero a la multitud. Algunos medios locales y estudiantiles contabilizaron más decenas de muertos y desaparecidos pero la versión oficial es de no más de 30, de igual manera se detuvieron a más de dos mil estudiantes. A pesar de lo sucedido en la protesta no concluyó ese día, se prolongó hasta el 6 de diciembre, pero ya mucho más debilitada, ese día se desintegró la CNH; el movimiento estudiantil culminó sin la resolución de alguno de los puntos de su pliego petitorio, a pesar de eso, tuvo éxito en la influencia que causó política y culturalmente a mediano y largo plazo, cambiando la perspectiva sociopolítica de los movimientos sociales en México (Rivas, 2018).

Las agresiones hacia los estudiantes continuaron el 10 de junio de 1971, ya con Luis Echeverría como presidente; una manifestación que partiría del Casco de Santo Tomás fue agredida por un grupo de choque, denominado como Halcones, que iba armado con varillas, procedieron a atacar con armas de fuego, deteniendo a varios participantes de la protesta y dejando más de cien estudiantes muertos; días después, renuncia el regente del Distrito Federal, Alfonso Martínez Domínguez y el jefe de la policía capitalina, Rogelio Flores Curiel, a pesar de las renuncias no se investigó a fondo lo ocurrido (Krauze, 1999).

El movimiento del 68 no fue el inicio de la protesta social en México contemporánea, en realidad, es el resultado de una basta serie de protestas, huelgas, manifestaciones que se dieron posteriores al fin de la Revolución y se fue extendiendo en las décadas siguientes como resultado de la desigualdad social y del autoritarismo que habían permeado en el país como resultado a la hegemonía de un solo partido gobernante, ayudando así a extender la influencia de la figura presidencial. El 68 significó una coyuntura sociocultural en México muy importante, por un lado, fue la ruptura con los ideales post revolucionarios, exhibiendo que

México tenía ya nuevas necesidades y se necesitaba tener una nueva perspectiva, por el otro, también se dio el inicio de una vida pública más abierta, con más posibilidades de expresar sus necesidades, sobre todo, la opinión de sus ciudadanos.

Las transformaciones democráticas que ocurrieron los años siguientes al movimiento del 68 en México, en su mayoría, fueron enfocadas en cuanto a lo político y lo electoral; como sucedió en la elección de 1988, cuando fue una de las controversias electorales más grandes que ha habido en el país, incluso se habló de un fraude electoral; historiadores como Krauze (1999), argumentan que el resultado era tan alarmante que se inventó un desperfecto técnico y así ocurrió la denominada “caída del sistema” para alterar el resultado de manera favorable para el PRI y su candidato, Carlos Salinas de Gortari; la controversia fue tan grande que desembocó en la creación de una nueva reforma electoral para evitar que se repitiera un evento parecido y darle más credibilidad y transparencia a elecciones futuras. Los otros sucesos coyunturales en México fueron en las elecciones intermedias de 1997, cuyo resultado le quitó por primera vez la mayoría absoluta la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados al PRI, distribuyéndose los escaños entre el PRI, PAN y PRD con porcentajes parecidos; y el resultado de la elección presidencial del año 2000, en el cual por primera vez en décadas ganó el candidato de otro partido político que no fuera del PRI, rompiendo con su hegemonía partidista; por lo que Vicente Fox fue el primer presidente de un partido de oposición en más de 75 años.

CAPÍTULO V. ESTUDIO DE CASO

5.1 *Corpus* de investigación

En este trabajo el *corpus* de investigación se compuso de un total de 299 *spots* localizados en la *playlist* denominada “*Spots* rumbo al 2018”, dentro de la cuenta de *YouTube* de *Campaign and Elections* México. Se determinó usar esta base de datos porque se consideró una fuente fiable y completa de anuncios políticos emitidos dentro de plataformas digitales, ya que *Campaign and Elections* es una reconocida revista especializada en campañas políticas. De este universo se determinó considerando que del total de *spots* emitidos por los partidos políticos no todos presentaban elementos característicos de las campañas negativas, que como ya se ha expuesto en el marco teórico consisten en “aquellas que describen o llaman la atención sobre los defectos o las debilidades de un candidato o sus posiciones políticas” (Martín, 2002, p.233).

Una vez revisados el total de *spots* emitidos, se determinó que sólo 27 de 67 de ellos presentaban elementos o rasgos de campaña negativa, sobre los cuales se presentan a continuación los hallazgos más relevantes. Para analizarlos correctamente se consideraron algunas características que debían cumplir para ser incluidos en el trabajo, como lo fueron, que el *spot* debía tener un autor reconocido, haber sido lanzado durante la campaña del proceso electoral para la Presidencia de México, estar dirigido a un candidato, partido político o en su defecto, que la fuente sea uno de los candidatos participantes en la contienda, entre otras cosas.

En total se emitieron 67 *spots*, entre los 9 partidos y los dos candidatos independientes, durante la campaña del proceso electoral presidencial de México, que comenzó el 30 de marzo de 2018. El Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y Partido del Trabajo (PT) no lanzaron *spot* alguno que cumpliera con las características necesarias para ser analizados en este trabajo, se concentraron en promover el voto para su propio partido y así lograr mantener el registro para futuras elecciones. El partido que emitió la mayor cantidad de *spots* fue el Partido

Revolucionario Institucional (PRI) con 20, y los que emitieron la menor cantidad, con un solo *spot*, fueron los candidatos independientes Jaime Rodríguez, quien apostó más por la difusión de información a través de las redes sociales, y Margarita Zavala, cuyo único *spot* fue editado y se volvió a emitir. En cuanto a los *spots* con elementos de campaña negativa, el partido que recurrió más a dichas herramientas fue el PRI nuevamente con 9 *spots*, en contraparte Movimiento Ciudadano y Margarita Zavala emitieron un solo *spot* negativo, en el caso de Margarita Zavala ese fue el único emitido por ella. En cuanto a *spots* sin elemento de campaña negativa el PRI fue también el mayor emisor, y el Partido Encuentro Social junto con el candidato independiente Jaime Rodríguez emitieron la menor cantidad de elementos de campaña negativa con un solo *spot*. Toda la información anterior se encuentra de forma gráfica y con información de los demás partidos en la Gráfica 1.

Las dos coaliciones que difundieron la mayor cantidad de *spots* fueron “Todos por México”, integrada por el PRI que emitió 20 *spots*; PVEM con 0 y Nueva Alianza al que se le pueden adjudicar 6 *spots*. En relación con la coalición “Por México al Frente” (Partido Acción Nacional-Partido de la Revolución Democrática-Movimiento Ciudadano), se pudo identificar que el Partido Acción Nacional (PAN) emitió 13 *spots*, al PRD se le atribuyen 10 *spots* y a Movimiento Ciudadano, 3. En total, ambas coaliciones lanzaron 26 *spots*. En la tercera coalición, “Juntos Haremos Historia”, se pudo observar que el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) emitió 10 *spots*, el PT 0 y el Partido Encuentro Social (PES), 3, para dar un total de 13 *spots* difundidos.

En cuanto a la utilización de elementos de campaña negativa, la coalición que más utilizó esta herramienta fue la coalición “Todos por México” con 11 *spots*. Finalmente, la coalición “Juntos Haremos Historia” fue la que, en mayor medida, emitió *spots* en los que no se pudieron observar elementos de campaña negativa en los 16 *spots* analizados.

Partidos como PVEM y el PT utilizaron la difusión de sus *spots* para la promoción general del voto al partido. Incluso, el PES, aprovechó la creciente popularidad de López Obrador para hacer proselitismo del partido mismo, invitando

a votar también por los candidatos para diputados y senadores de esta agrupación, esta práctica no fue exclusiva de los partidos antes mencionados, también fue empleada por otros, como Movimiento Ciudadano, Nueva Alianza, PT y MORENA. La información antes mencionada se puede apreciar de forma más concreta en la siguiente tabla.

De acuerdo con la Gráfica 2 que se presenta más adelante, el partido que más spots emitió, como ya se mencionó, fue el PRI con el 30% del total, seguido por el PAN con el 19%. Los demás partidos tuvieron porcentajes similares en cuanto a cantidad de *spots* lanzados, con excepción del PES y los candidatos independientes que alcanzaron un porcentaje aun menor.

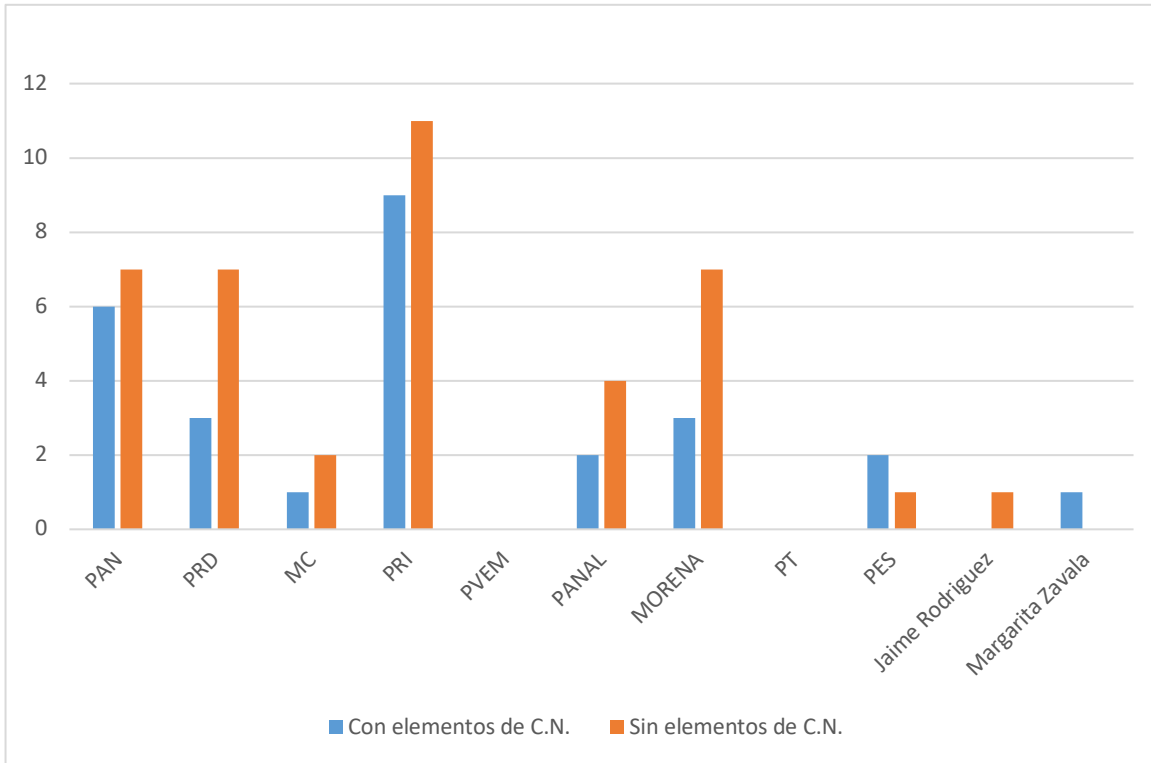
Tabla 1

Spots emitidos

Partido	Cantidad de <i>spots</i> emitidos	<i>Spots</i> elementos con de campaña negativa	<i>Spots</i> elementos sin de campaña negativa
PAN	13	6	7
PRD	10	3	7
MC	3	1	2
PRI	20	9	11
PVEM	0	0	0
PANAL	6	2	4
MORENA	10	3	7
PT	0	0	0
PES	3	2	1
Jaime Rodríguez	1	0	1
Margarita Zavala	1*	1*	0
Total	67	27	40

Fuente: Elaboración propia.

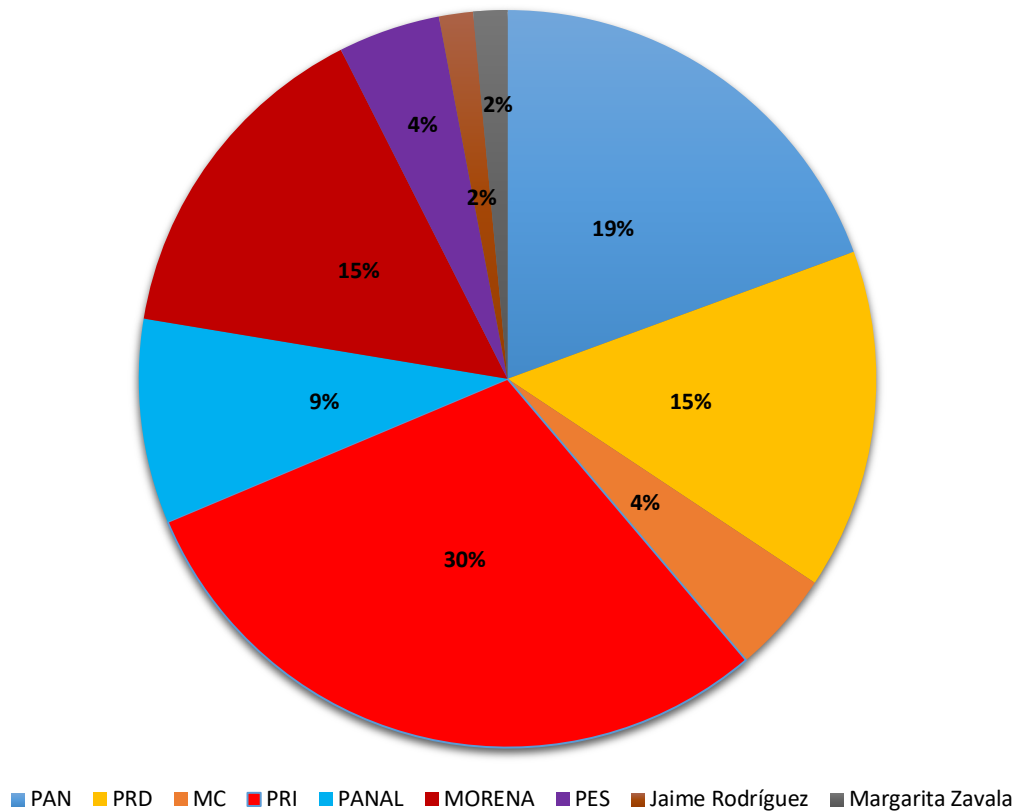
Gráfica 1
Spots emitidos



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 2

Spots emitidos por partido



Fuente: Elaboración propia.

5.2 Tipo de ataque

El tipo de ataque contiene tres indicadores, a su vez, se dividen en diferentes tipos. Los indicadores son *calidad en el ataque*, cuyos tipos son ataque simple y ataque comparativo, el primero se da cuando se habla de aspectos negativos de rival y, el segundo, es cuando se hace un análisis a partir del contraste. El segundo indicador es el de *explicitud del ataque*, el cual tiene dos tipos, ataque explícito, en donde se menciona al atacado, y ataque implícito, no se menciona al atacado. Por último, *especificidad del ataque*, cuyos tipos son, ataque específico, puede ser hacia un candidato, partido político o gobierno determinado, o ataque generalizado, dirigido a candidatos, partidos o gobiernos en general.

Se observó que, en todos los ataques, en cuanto a *calidad del ataque*, los comparativos realizados fueron para contrastar propuestas, en casi todos los casos trató sobre la propuesta en materia de seguridad de AMLO que hablaba sobre la amnistía. Cuya finalidad era llevar precisamente a una amnistía a personas que hubieran estado involucradas en actividades relacionadas con el narcotráfico, aunque únicamente podrían tener derecho a ésta menores de edad, campesinos e individuos que no estuvieran relacionados con delitos de violencia extrema o crímenes de lesa humanidad (Roldán, 2018); algunos de los candidatos terminaron por tergiversar la propuesta, llegando a afirmar que “no es posible pactar con delincuentes”; Ricardo Anaya mencionó también que eso ya había sido intentando en otros países y no funcionaron, que la estrategia de él si iba a funcionar. En cuanto a los ataques simples, se utilizaron en *spots* en los cuales el ataque era directo al o los objetivos, siendo su única función atacar. Un ejemplo, en el anuncio de “Miedo o Meade II” se observó que se usaron diferentes elementos, como imágenes, para relacionar a López Obrador con emociones negativas, atacándolo directamente. Cabe mencionar que el ataque comparativo fue utilizado en el 41% de los *spots* que se emitieron, mientras que el 59% usó el ataque simple, siendo este el más empleado. Estos datos se presentan en la Gráfica 3.

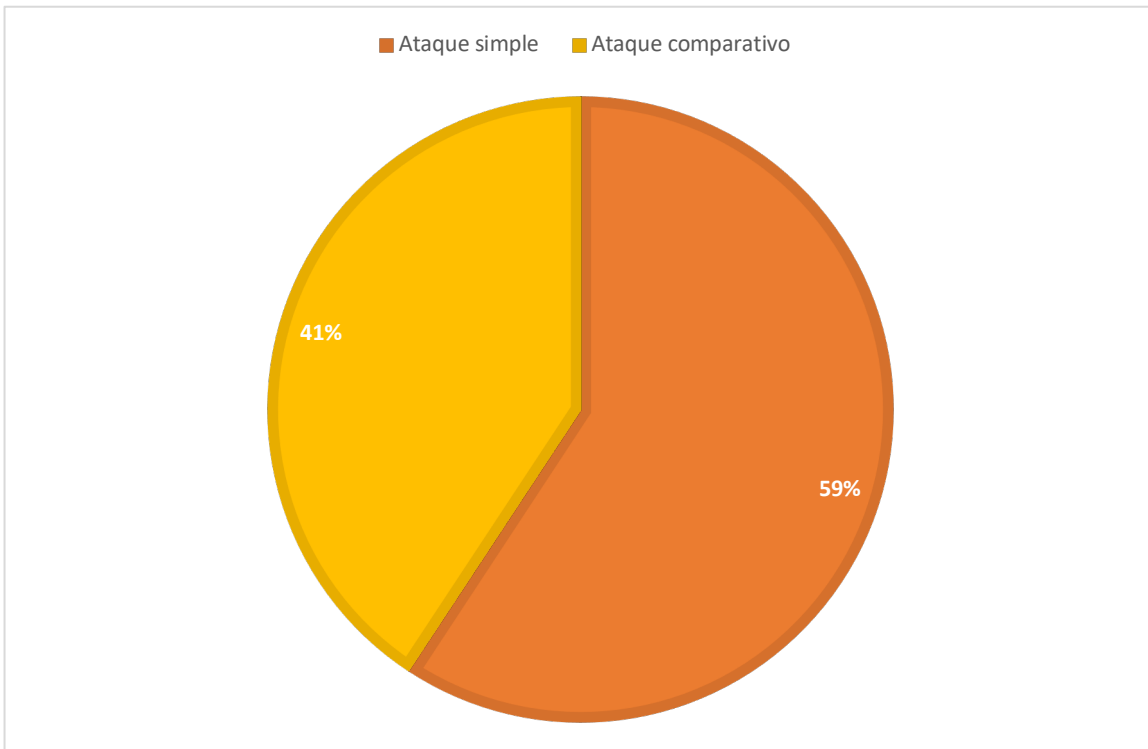
Otro indicador es la *explicitud del ataque*, en este indicador se apreció que en 75% de los *spots*, tres cuartas partes de estos fueron del tipo ataque explícito, mientras que el 25% de estos fueron del tipo ataque implícito, así como se muestra en la Gráfica 4 más adelante. Un *spot* que nos puede ilustrar cómo se utilizó el tipo de ataque implícito es “Capítulo 2: La decisión de Bety. Les presento a Andrés”, en este anuncio se usó a actores para crear una sátira haciendo alusión a López Obrador, presentaron a un personaje con rasgos físicos característicos del candidato y cuyo nombre también era Andrés. En esta sátira se pudo ver a una señorita que presenta a sus padres su pretendiente de nombre Andrés, el que es caracterizado como una persona insistente e impositiva, que causa en los padres una reacción de rechazo. Un *spot* que mostró el tipo de ataque explícito fue “Quiere ser presidente”, el cual muestra diferentes videos de Andrés Manuel López Obrador contradiciéndose, el ataque es directo hacía él, incluso, al final menciona su nombre.

Se ataca directamente a López Obrador y no genera lugar a dudas de que sea lo contrario.

El último indicador de tipo de ataque es la *especificidad del ataque*, en el que 81% de los *spots* son del tipo *ataque específico* y 19% son ataque generalizado, la mayor parte de los anuncios tenían un objetivo determinado. En la Gráfica 5 que está a continuación se encuentra esta información. El *ataque generalizado* se pudo observar en el *spot* “Hoy con Pepe sí bailo”, el cual es una canción en donde se hacía una comparación entre todos los candidatos más trascendentes, Ricardo Anaya y Andrés Manuel López Obrador, con José Meade, el contenido de la canción era una sátira. Un *spot* del tipo ataque específico fue “Perdonar la corrupción NO es cambio” emitido por el PRD, en este se ataca únicamente a Andrés Manuel López Obrador, a través de respuestas que dio en diversas entrevistas.

Gráfica 3

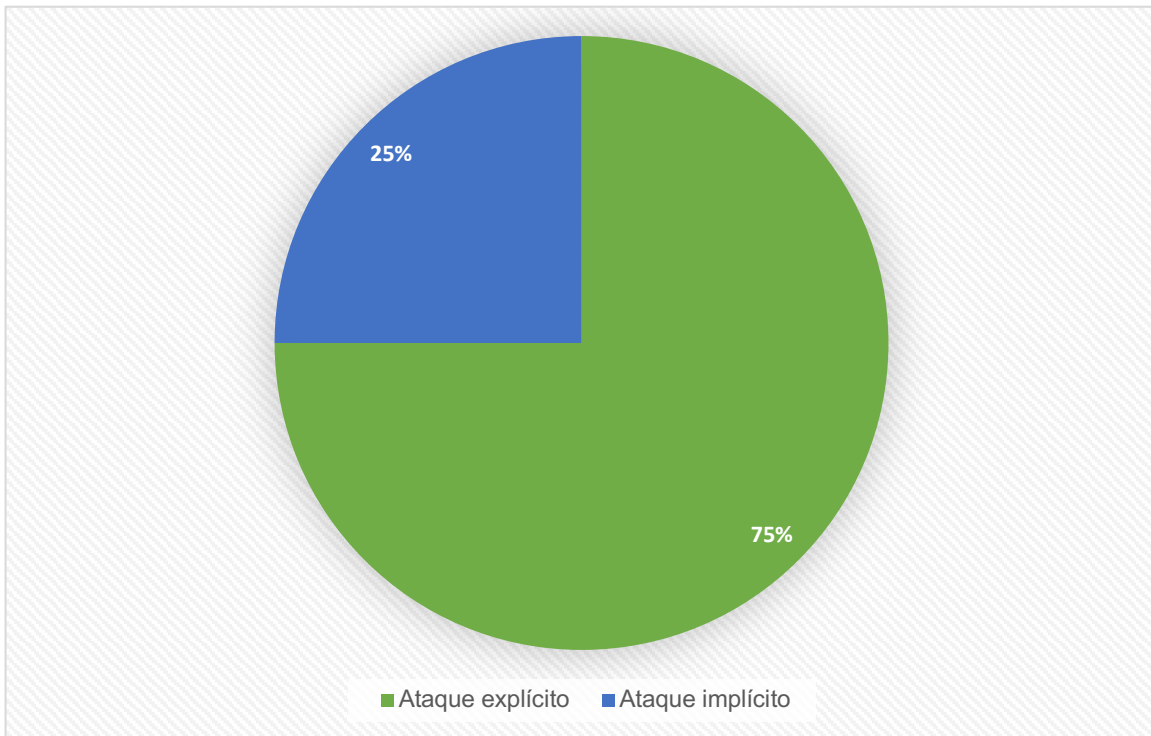
Tipo de ataque. Calidad del ataque



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 4

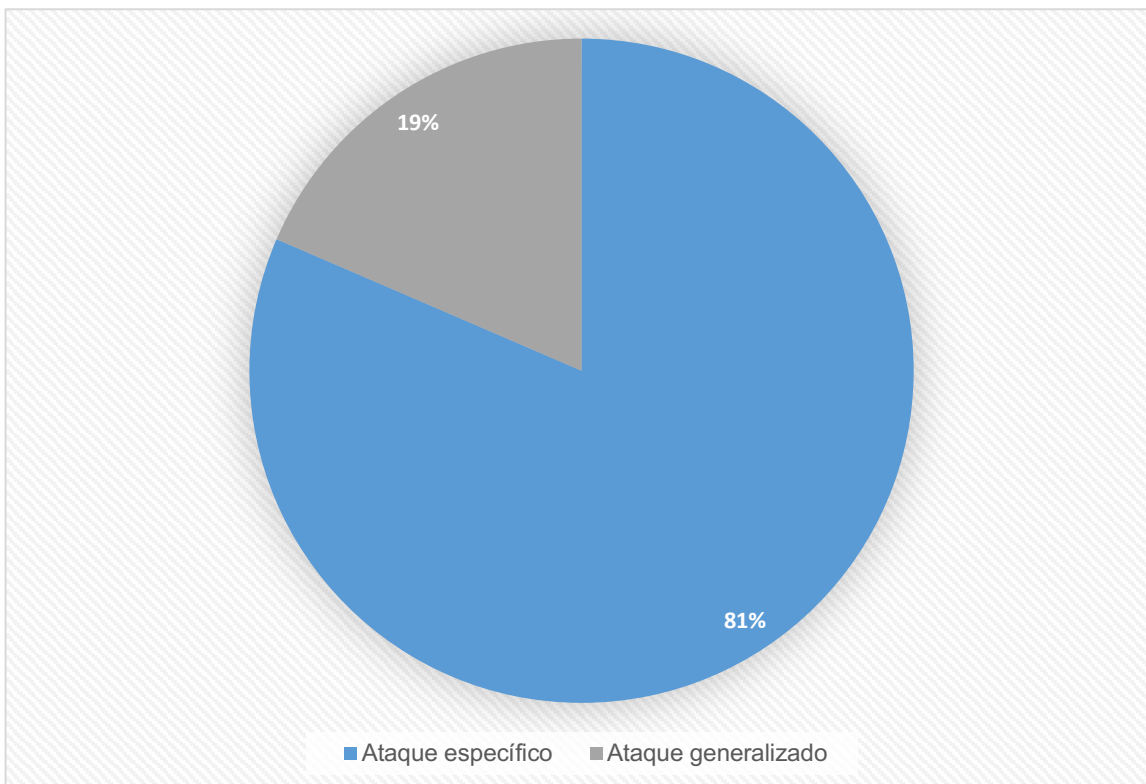
Tipo de ataque. Explicitud del ataque



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 5

Tipo de ataque. Especificidad del ataque



Fuente: Elaboración propia.

5.3 Ataque dirigido a un candidato

La variable de *ataque dirigido a un candidato* es aquella que está centrada en el candidato o candidatos rivales, no va a estar presente todas las veces, ya que no siempre va a estar dirigido a un candidato. Sus indicadores son: a) ataque a sus características o cualidades personales; b) ataque a su trayectoria; c) ataque a sus propuestas; d) ataque a su posicionamiento ideológico; e) ataque a su asociación con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores.

De los indicadores del ataque dirigido a un candidato el que más veces se utilizó fue el ataque a sus propuestas llegando a un total de siete veces, seguido de

ataque a sus características o cualidades personales con seis. El ataque a su posicionamiento ideológico se usó en cinco ocasiones; por lo que respecta al ataque a su asociación con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores se observó tres veces, y finalmente el ataque a su trayectoria con dos ocasiones. Esta información se encuentra de forma sintetizada en la Tabla 2 como se puede observar, el ataque a sus propuestas fue el más utilizado, el 30% de los *spots* que atacaron a un candidato poseía este indicador, cuyo uso más repetido fue atacando la propuesta de estrategia de seguridad de Andrés Manuel López Obrador; con el 26% se encontró el ataque a sus características o cualidades personales, de igual forma en este tipo su mayor uso fue para atacar a López Obrador, en algunos *spots* se hizo referencia a su edad y su incapacidad para gobernar, aunque también se utilizó en contra de Ricardo Anaya en el *spot* “Decisión de Bety (1era parte)”, donde se le señaló de ser impositivo. El ataque a su posicionamiento ideológico se presentó el 22% del total de *spots*, gran cantidad de este porcentaje estuvo centrado en ataques hacia Andrés Manuel López Obrador y en menor medida hacia Ricardo Anaya, al primero se le cuestionó que su ideología fuera la idónea para gobernar México e incluso se hizo una analogía del futuro que podría tener México con él y la situación económica que atravesó Venezuela. En el caso de Ricardo Anaya, únicamente fue en un *spot* llamado “Debate” del PES, en el que fue atacado por la cantidad de veces que menciona el nombre de Andrés Manuel López Obrador en el debate. Los demás tipos y sus porcentajes se muestran en la Gráfica.

Tabla 2

Ataque dirigido a un candidato

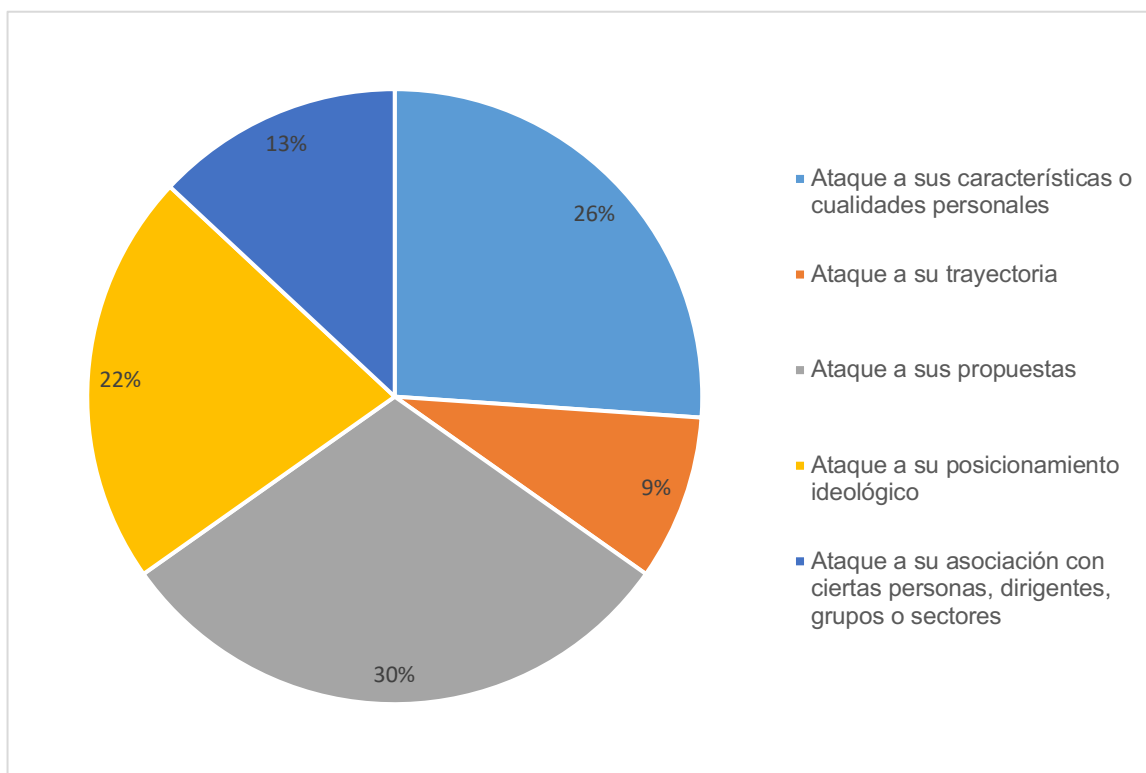
Indicadores	Cantidad de veces utilizadas
Ataque a sus características o cualidades personales	6
Ataque a su trayectoria	2
Ataque a sus propuestas	7

Ataque a su posicionamiento ideológico	5
Ataque a su asociación con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores	3

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 6

Ataque dirigido a un candidato



Fuente: Elaboración propia.

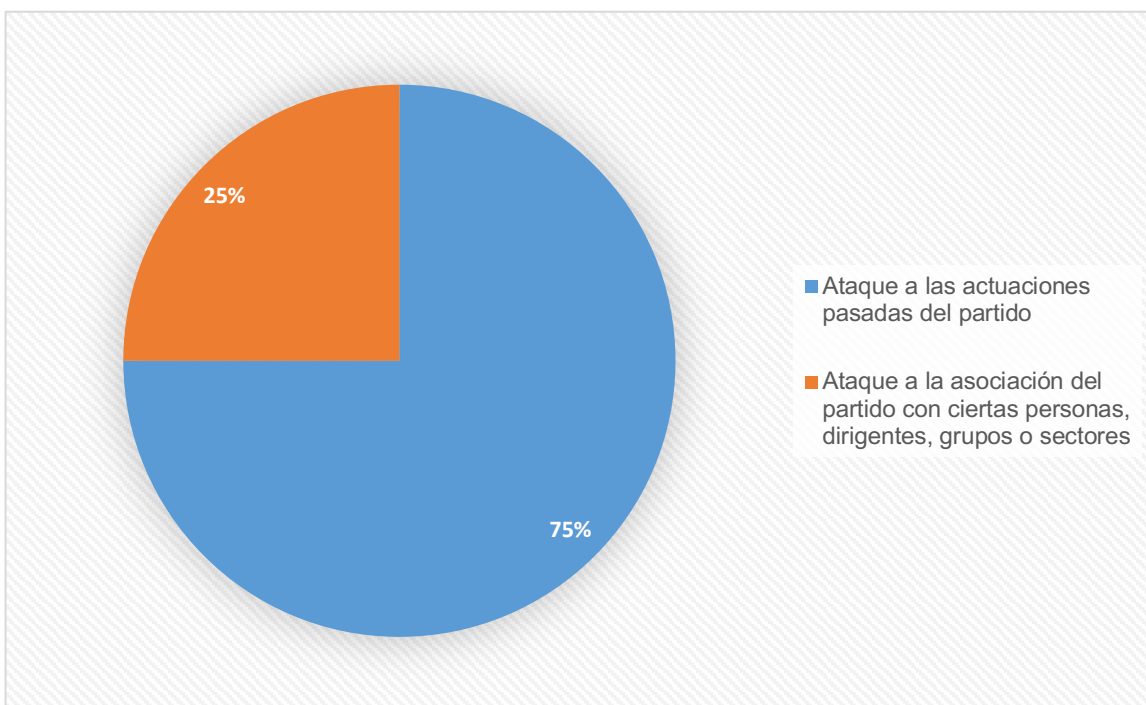
5.4 Ataque dirigido a un partido político

Esta variable se refiere al ataque que es centrado en un partido político y tampoco va a estar presente en todos los casos. Sus indicadores son, ataque a los dirigentes del partido, ataque a las actuaciones pasadas del partido, ataque a las propuestas del partido, ataque a la ideología del partido y ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores.

A pesar de que esta variable contaba con cinco diferentes indicadores, se observó que en los *spots* analizados únicamente se utilizaron dos de ellos, *ataque a las actuaciones pasadas del partido* y *ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores*, el primero fue utilizado el 75% de los ataques dirigidos a un partido político, como lo muestra la Gráfica 7. En total, el *ataque dirigido a un partido político* constó de cuatro *spots* únicamente, tres de *ataque a las actuaciones pasadas del partido* y uno de *ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores*. Todos los ataques fueron dirigidos al PRI y al PAN, a ningún otro partido se le atacó, lo cual se puede explicar a partir de que han sido los únicos que lograron ganar la Presidencia y se tiene un antecedente inmediato de lo bueno y lo malo logrado por las administraciones de los candidatos de sus partidos.

Gráfica 7

Ataque dirigido a un partido político



Fuente: Elaboración propia.

5.5 Ataques recibidos por partido político

Por partido, el PRI y el PAN fueron quienes recibieron todos los ataques, provenientes de cuatro *spots*, en los cuales se atacaba a ambos partidos. Estos ataques provenían de partidos de la coalición “Juntos Haremos Historia”, esto se debió a que eran los únicos dos partidos, de los que participaron en la contienda, que ya habían estado en el poder, esta información se sintetiza en la siguiente tabla.

Tabla 3

Ataques recibidos por partido

Partido	Cantidad de ataques recibidos
PAN	4
PRD	0
MC	0
PRI	4
PVEM	0
PANAL	0
MORENA	0
PT	0
PES	0

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a los candidatos, la mayor parte de los ataques los recibió el candidato de la coalición “Juntos Haremos Historia”, Andrés Manuel López Obrador con 21, como se aprecia en la Tabla 3. El otro candidato que también recibió ataques, aunque en menor cantidad, fue el abanderado de la coalición “Por México al Frente”, Ricardo Anaya con tres ataques. La razón de que la mayor parte de los ataques fueran para López Obrador podría radicar en que al inicio del proceso electoral se encontraba mejor posicionado en las encuestas realizadas por medios impresos, como la de *El Universal* de enero de 2018 (Redacción, 2018), en las cuales aventajaba con un amplio margen a sus contrincantes, siendo el candidato con el mayor porcentaje de preferencia electoral, convirtiéndolo así en el rival a vencer en los comicios. Así continuó encabezando las diversas encuestas (Redacción, 2018; Moreno, 2018) realizadas a lo largo de la campaña presidencial, por lo que también, pasó a ser el objetivo principal de este tipo de tácticas para intentar disminuir su popularidad. La mayor cantidad de ataques se centraron en una de sus propuestas principales, “la amnistía”, su objetivo era lograr una amnistía con personas involucradas en actividades relacionadas con el narcotráfico, aunque

únicamente podrían tener derecho a ésta menores de edad, campesinos e individuos que no estuvieran relacionados con delitos de violencia extrema o crímenes de lesa humanidad (Roldán, 2018), como ya se había mencionado anteriormente. Los oponentes políticos de López Obrador utilizaron esta propuesta para atacarlo, argumentando que “estaba pactando con delincuentes”, como lo nombraron en sus *spots* Ricardo Anaya, José Meade y Margarita Zavala. Anaya mencionó en su *spot* de Seguridad que la amnistía se intentó en otros países y no funcionó, de igual forma, Meade utilizó un *spot* con un fragmento del debate haciendo una comparativa entre su estrategia en materia de seguridad y la que planteaba AMLO (amnistía) e incluso, el PRI creó un *spot* llamado “¿Qué significa la amnistía de AMLO?”, en el que se atacó completamente esta estrategia. Cabe destacar que, en relación con este problema, los tres candidatos apostaron por la lucha vertical en contra de todos los involucrados en el narcotráfico. A López Obrador también se le atacó por cualidades de su persona, como su edad y su posicionamiento ideológico, así lo hizo Movimiento Ciudadano en su *spot* “Ya sabes quién, no carbura”, en el que se hizo una analogía entre López Obrador y un coche viejo que no funciona bien. Incluso dos *spots* difundidos de forma anónima lo atacaban de la misma manera (fueron excluidos en este trabajo por la falta de un autor), en uno de ellos se veía a una persona parecido a Andrés Manuel intentando encender un coche de modelo reciente pero debido a su edad no podía ponerlo en marcha porque desconocía como hacerlo. La cantidad de ataques recibidos se puede apreciar de forma más concreta en la siguiente tabla.

Tabla 4

Ataques recibidos por candidato

Candidatos	Cantidad de ataques recibidos
Ricardo Anaya	3
Andrés Manuel López Obrador	21*
José Antonio Meade	0

Jaime Rodríguez Calderón	0
Margarita Zavala	0

Fuente: Elaboración propia.

5.6 Tácticas empleadas en la realización del ataque

Las *tácticas empleadas* a su vez tiene sus variables, las cuales son, identificación contaminante, comparación, apelación a las emociones negativas, acusar al oponente de camaleón, testimonial negativo, implicaciones e insinuaciones, asociación o yuxtaposición, manipulación y tergiversación de la información (esta a su vez, tiene sus variables, factoides, manipulación estadística, verdad a medias y falsas analogías), estereotipación del rival (sus variables son chivo expiatorio y demonización del oponente), ridiculización, *backfire*, interpelación unilateral y reencuadre.

Las tácticas utilizadas para el desarrollo de los ataques en los *spots* analizados fueron más diversas a diferencia de otras variables estudiadas, las más usadas fueron la comparación y *backfire* en cinco *spots* cada una, seguido por la apelación a las emociones negativas, ridiculización y manipulación y tergiversación de la información con cuatro.

Algunos de los videos publicitarios analizados contenían ataques que podrían tener más de una táctica, pero, como se mencionó anteriormente, siempre se tiene una más predominante que otra. Como fue el caso del video del “El Tigre”, emitido por el Partido Encuentro Social, en el que se presentó un personaje de un tigre con forma humana hablando de factoides y tergiversando hechos ocurridos en sexenios anteriores para sembrar miedo en el espectador, este *spot* posee elementos de dos tácticas, apelación a las emociones negativas y manipulación y tergiversación de la información, siendo la última la táctica que forma parte de la estructura principal del ataque y solo toma elementos de la otra táctica para complementarla. La táctica de manipulación y tergiversación de la información fue la más compleja de analizar, ya que contiene diversos elementos de otras tácticas, como ya se mencionó.

Cuando se usó la táctica de ridiculización la mayor parte de las veces fue en un ataque dirigido a Andrés Manuel López Obrador, en el cual se enfocó en sus características o cualidades personales, en los que se hizo hincapié en que era el candidato más longevo de todos los contendientes, de igual manera, se ridiculizó la ideología política que él y su partido pregonaron durante ese proceso electoral.

Las tácticas que no se ocuparon en los *spots* analizados fueron las siguientes: “acusar al oponente de camaleón”, “testimonial negativo”, “estereotipación del rival”, interpelación unilateral” y “reencuadre”, pues en ninguno de los anuncios se observó que alguna de estas tácticas fuese predominante. La síntesis de tácticas por partido se muestra en la Tabla 5.

Como se mencionó anteriormente, la distribución del uso de las tácticas fue más diversa que en cualquier otra variable, la Gráfica 8 muestra cómo se desarrolló este suceso. Colocando como las tácticas más utilizadas a *backfire* y comparación con el 19% cada una, el porcentaje de diferencia con las demás tácticas no muestra una diferencia tan significativa.

Tabla 5

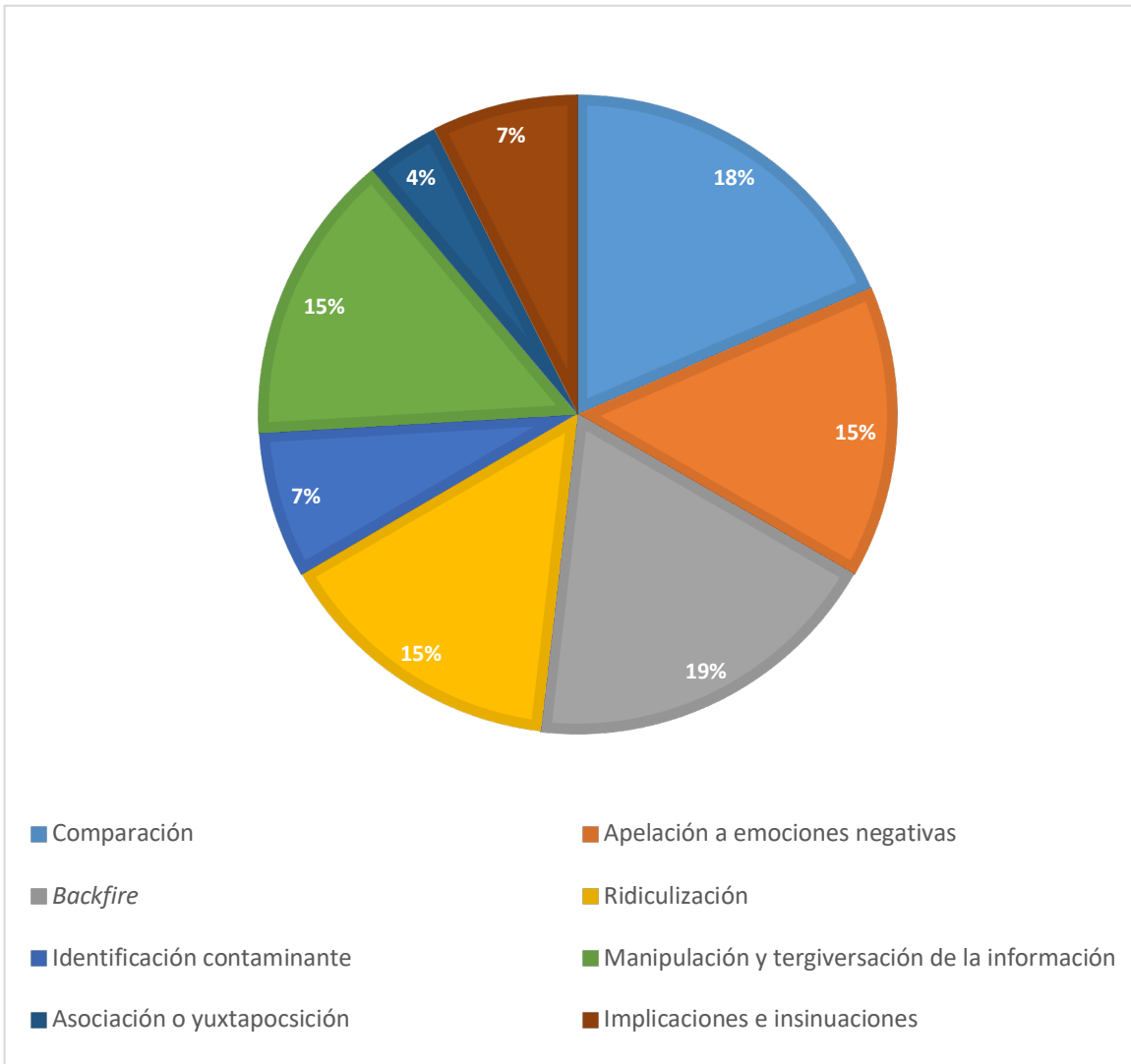
Tácticas empleadas en la realización del ataque

Partido	Táctica más utilizada
PAN	Apelación a las emociones negativas
PRD	<i>Backfire</i>
MC	Ridiculización
PRI	Comparación / Apelación a las emociones negativas
PVEM	Ninguna
PANAL	Ridiculización
MORENA	Identificación contaminante
PT	Ninguna
PES	Manipulación y tergiversación de la información / <i>Backfire</i>
Margarita Zavala	Comparación
Jaime Rodríguez	Ninguna

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 8

Tácticas más utilizadas



Fuente: Elaboración propia.

5.7 Tipos de apelación

El *tipo de apelación* es una variable que tiene tres indicadores, apelación lógica cuando se utiliza en el ataque información verídica y útil; en la apelación emocional, se usan elementos o factores que puedan evocar emociones; y en la apelación ética se cuestiona la rectitud del atacado.

El tipo de apelación que más se utilizó fue el emocional, como reflejo de la estrategia que más se siguió en los *spots*, que fue la apelación a las emociones negativas, así como también la ridiculización. El tipo de apelación también está relacionado con el tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque, ya que en la mayor cantidad de *spots* que usaron la apelación emocional el tipo de información negativa es irrelevante o inútil para el debate público. Esto se debe, en buena medida, a que se recurrió a la alteración de información para lograr exagerar algún suceso o hecho para facilitar lograr el objetivo de evocar emociones. Como fue en el caso del spot de Seguridad del PRI, en el cual se dramatizó un futuro con incertidumbre si Andrés Manuel llegaba al poder, este *spot* se concentró en causar desconfianza y no en producir información útil para el electorado. Por otro lado, los *spots* cuya información fue relevante, la mayoría de las veces el tipo de apelación utilizada era lógica, un ejemplo de lo anterior fue el *spot* “Debate seguridad” del PRI, en el cual se repite un fragmento del debate en donde José Meade explica su estrategia de seguridad para convencer de que era mejor en comparación con la de AMLO. También se observó que al utilizar la apelación ética no hubo una constante con alguna otra variable, a diferencia de los otros dos tipos de apelación, como se mencionó, estas tenían relación con alguna de las demás variables.

De igual forma, se percibió que se relacionó el tipo de apelación con las tácticas empleadas en los ataques, e incluso a pesar de que la mayor parte de las veces es la información que posee el *spot* lo que determina el tipo de apelación, la táctica puede algunas veces determinar esta variable. El caso específico es de la táctica de apelación a las emociones negativas y el tipo de apelación emocional, en el cual, siempre que se utilice esta táctica el tipo de apelación será el mismo, emocional. Un ejemplo es el *spot* “López Obrador gobernó mal” difundido por el

PAN, en el cual la táctica que se ocupó fue la de apelación a las emociones negativas y la apelación fue emocional, en este caso específico van entrelazadas ambas porque siempre que se utilice esta táctica la apelación será emocional. En la Tabla 6 se observa el tipo de apelación empleado por partido político.

Tabla 6

Tipos de apelación utilizada

Partido	Tipo de apelación más utilizada
PAN	Apelación emocional
PRD	Apelación lógica
MC	Apelación emocional
PRI	Apelación emocional
PVEM	Ninguna
PANAL	Apelación emocional y ética
MORENA	Apelación ética
PT	Ninguna
PES	Apelación ética y lógica
Margarita Zavala	Apelación lógica
Jaime Rodríguez	Ninguna

Fuente: Elaboración propia.

5.8 Fuentes utilizadas en la realización del ataque

La *fente que realiza el ataque* es una variable que refiere al origen del ataque dentro del *spot*, cuyos indicadores son un sustituto de candidato, el candidato opositor, otro candidato o rival político, una voz en *off*, el vocero del candidato o partido político y otras fuentes.

La fuente que más se utilizó fue “una voz en *off*”, seguido por “otro candidato rival o político”. Una de las razones que se pueden dar sobre el porqué “una voz en *off*” fue una de las fuentes más utilizadas, consiste en que este tipo de fuente ayudó

a casi todos los *spots* a explicar las imágenes, videos u otras referencias visuales que se presentaban en el anuncio, así como también intentó aportarle más credibilidad a la información que se transmitía. Además, también se observó que casi todos los *spots*, exceptuando a uno, que fueron estructurados con esta táctica, la información negativa que contenía era irrelevante.

La mayor parte de las veces que se utilizó “otro candidato o rival político”, se apreció que los autores utilizaron esta fuente cuando el video se centró en lo ocurrido en el debate, y de igual forma, usualmente fueron ataques dirigidos a AMLO.

En el caso de “otra fuente”, la mayoría de las veces los partidos recurrieron a actores para sus *spots*, como lo hizo el PRI en sus *spots* “Miedo o Meade” y en “Educación. Versión 2”, en los que se emplearon actores para representar (de forma dramática) las consecuencias que habrían de llegar Andrés Manuel López Obrador al poder, es decir, cómo sus propuestas podrían afectar en vez de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Cuando se utilizó “sustituto de candidato” casi siempre fue al momento de emplearse actores como fuente del ataque. Algunas de las tácticas que se apoyaron de esta fuente fue la “ridiculización”, utilizada para satirizar de forma más completa al atacado, como sucedió en el spot de “Capítulo 2: La decisión de Bety”, en el cual se hace una analogía entre un adulto mayor que insiste en salir con una mujer, y AMLO con sus diferentes candidaturas en procesos electorales para la Presidencia de México. También, al utilizarse esta fuente se observó que en reiteradas ocasiones fue en un ataque implícito, pues no se mencionó textualmente al adversario a atacar. En la siguiente tabla se muestra la síntesis del tipo de fuente utilizada por partido político, en la cual ofrece la información desglosada.

De forma general, de los videos analizados que contuvieron elementos de campaña negativa la fuente más utilizada fue una voz en *off* con el 50% del total, seguido por otro candidato o rival político con el 25%, así lo presenta la Gráfica 9 que está a continuación.

Tabla 7

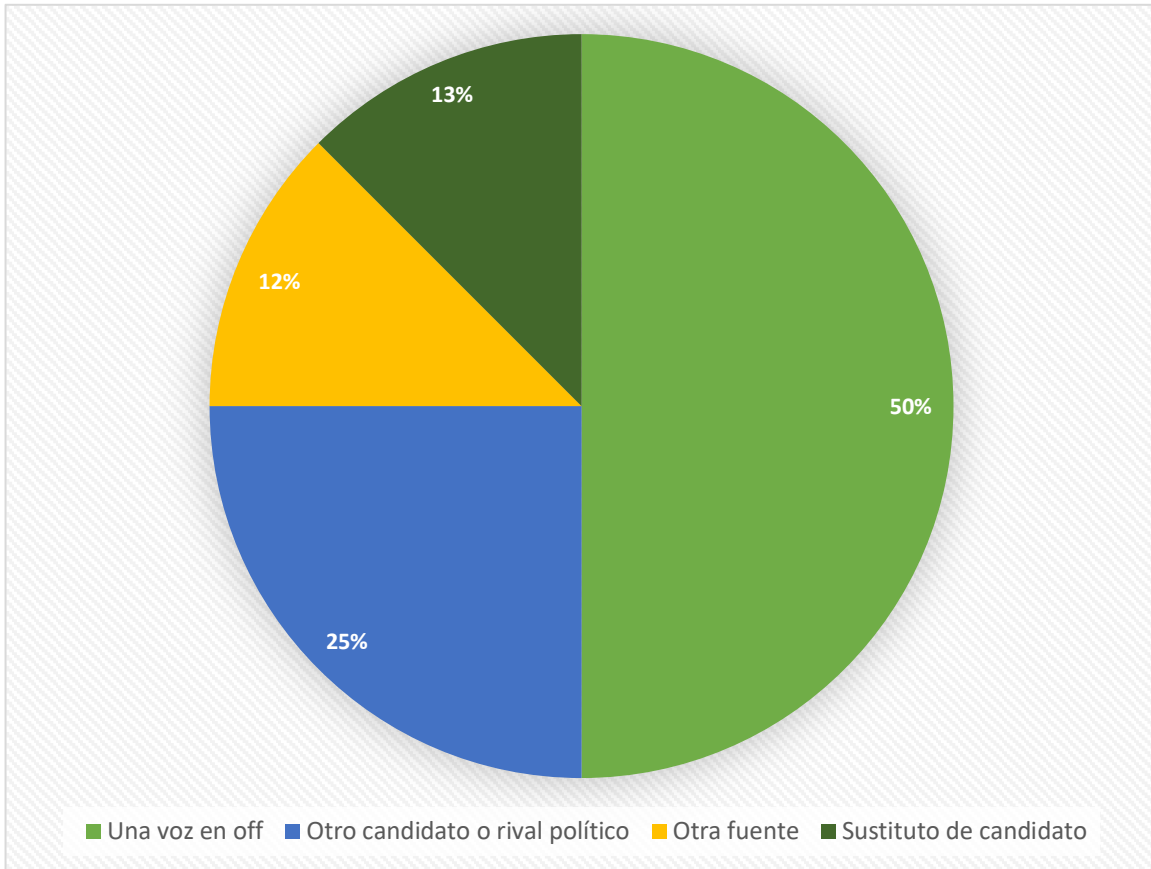
Fuente que realiza el ataque

Partido	Fuente que realiza el ataque más utilizada
PAN	Una voz en <i>off</i>
PRD	Otro candidato o rival político
MC	Una voz en <i>off</i>
PRI	Otro candidato o rival político
PVEM	Ninguna
PANAL	Otra fuente
MORENA	Una voz en <i>off</i>
PT	Ninguna
PES	Sustituto de candidato / Una voz en <i>off</i>
Margarita Zavala	Otro candidato o rival político
Jaime Rodríguez	Ninguna

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 9

Fuente utilizada para realizar el ataque por partidos



Fuente: Elaboración propia.

5.9 Información negativa utilizada para realizar el ataque

El tipo de información negativa para llevar a cabo un ataque puede ser irrelevante o inútil para el debate público o también, relevante o útil para el debate público, la primera expresión de la información negativa se refiere a información que no ha sido verificada con anterioridad, es falsa y su objetivo es la difamación por lo que no es apta para el debate público. En la segunda expresión, su función es proveer de información verídica y trascendente, fomentando el debate público.

El tipo de información negativa que más se utilizó fue la variable de irrelevante o inútil para el debate público, eso fue bastante evidente en la mayor parte de los *spots*, debido a que no se buscaba aportar información de valor, ya que se presentó información que no proporcionaba al electorado información que le permitiera enriquecer su conocimiento sobre los candidatos, por lo que no abonaron al mejoramiento del debate público. La información presentada, en su mayoría, era imprecisa o falsa, o no contenía algún tema relevante para la opinión pública, por esta razón, fue más complicado separar lo verdadero de las falacias, factoides y demás sesgos de información. En el *spot* “Educación. Versión 2” del PRI se puede observar cómo la finalidad del video es provocar alguna emoción negativa (miedo, desconfianza o enojo), para lograrlo debe sacrificar otorgarle información trascendente al espectador, ya que utiliza la tergiversación de la información para alcanzar su objetivo.

La mayor parte de los *spots* que fueron catalogados como útiles, proporcionaron diversa información negativa sobre algunos de los candidatos participantes. Algunos ejemplos son el *spot* difundido por Margarita Zavala en el que se hizo una comparación entre su estrategia de seguridad y la de López Obrador, en este *spot* se intenta contrastar ambas propuestas argumentando por qué podría ser más eficiente lo que ella propone; así también en el *spot* de Seguridad de Anaya se muestra información relevante con el mismo contraste de propuestas. Por otro lado, en el video publicitario de Ricardo Anaya, “Debate II”, se provee de información útil sobre la asociación que tuvo AMLO con ciertas personas en su pasado, como lo fue con René Bejarano, Gustavo Ponce e Carlos Ímaz, y cómo culminó esa relación.

En otro video llamado “Spot FOBAPROA”, se muestra a Ricardo Anaya en el debate hablando del libro “FOBAPROA: Expediente Abierto” de Andrés Manuel López Obrador, mencionando que fue uno de los saqueos más grandes en la historia y que muchos de los responsables de su aprobación en ese momento eran candidatos de MORENA. A su vez, la coalición “Juntos Haremos Historia” también utilizó ataques con información relevante, a través del *spot* llamado “Debate”, emitido por el Partido Encuentro Social, el cual mostraba a Ricardo Anaya en el debate y las diversas veces en las cuales mencionaba el nombre de Andrés Manuel López Obrador o hacía referencia a su nombre, y cómo su tema principal fue atacar o hacer alusión al abanderado de la coalición “Juntos Haremos Historia”.

En conclusión, se difundió más información irrelevante o inútil para el debate público a través de los *spots* emitidos por los partidos políticos, de los cuales el 74% de los *spots* contuvo este tipo de información, como se presenta en la Gráfica 11, por lo que representó casi tres cuartas partes. El PRI fue el partido que más abonó a este porcentaje con 8 *spots*, el doble del partido más cercano que fue el PAN, esta información se puede apreciar de forma más clara en la tabla que está a continuación (Tabla 8) y en la Gráfica 10, en ambas se puede analizar esta información de manera más concreta, ayudando a entender como fue la distribución de tipo de información por partido.

Tabla 8

Información negativa que utilizada para realizar el ataque 1

Partido	Tipo de información negativa más utilizada
PAN	Irrelevante o inútil para el debate público
PRD	Relevante o útil para el debate público
MC	Irrelevante o inútil para el debate público

PRI	Irrelevante o inútil para el debate público
PVEM	Ninguno
PANAL	Irrelevante o inútil para el debate público
MORENA	Irrelevante o inútil para el debate público
PT	Ninguno
PES	Irrelevante o inútil para el debate público / Relevante o útil para el debate público
Margarita Zavala	Relevante o útil para el debate público
Jaime Rodríguez	Ninguno

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9

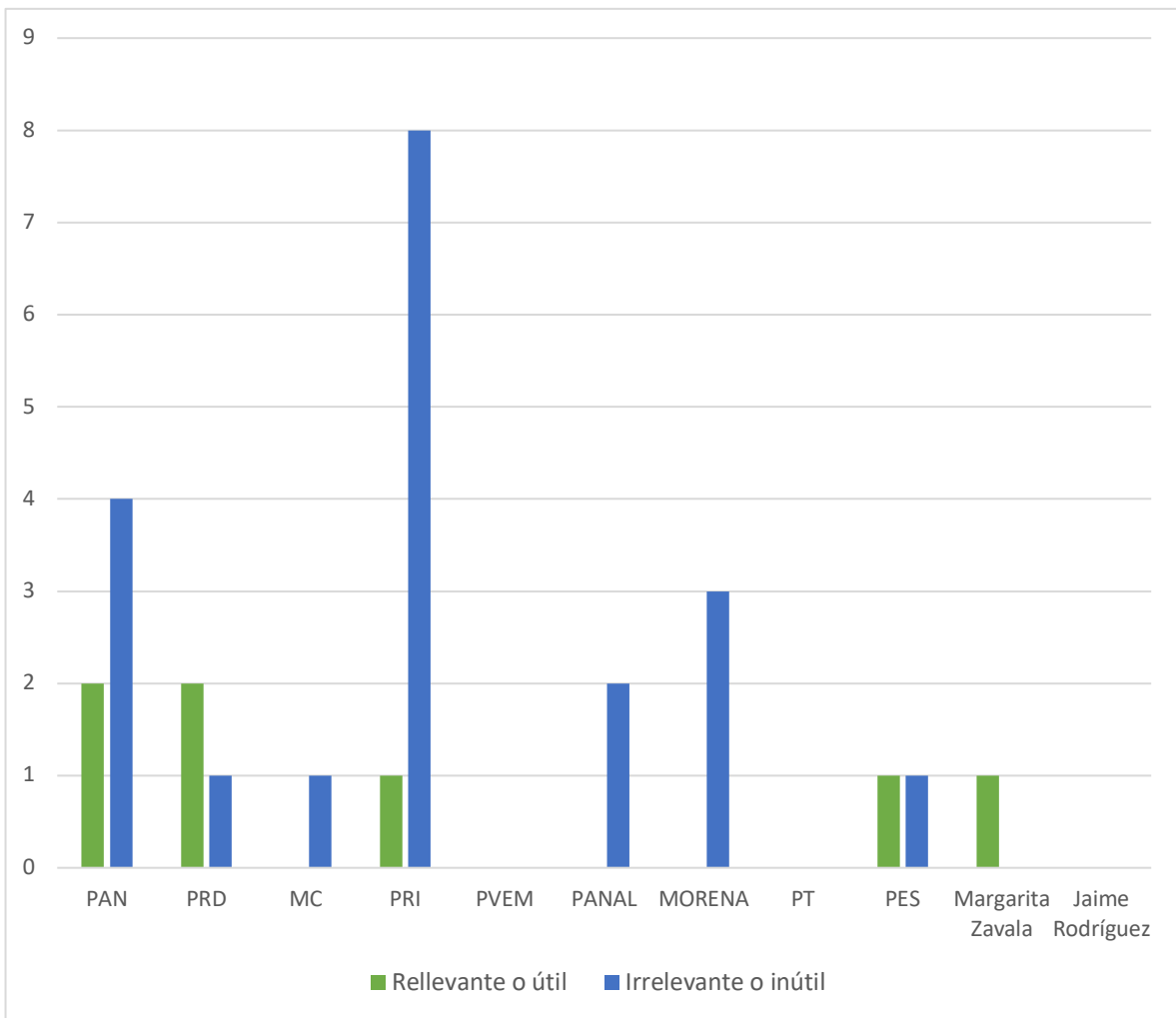
Tipo de información negativa utilizada para realizar el ataque

Partido	Tipo de información negativa utilizada	
	Relevante o útil	Irrelevante o inútil
PAN	2	4
PRD	2	1
MC	0	1
PRI	1	8
PVEM	0	0
PANAL	0	2
MORENA	0	3
PT	0	0
PES	1	1
Margarita Zavala	1	0
Jaime Rodríguez	0	0
Total	7	20

Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 10

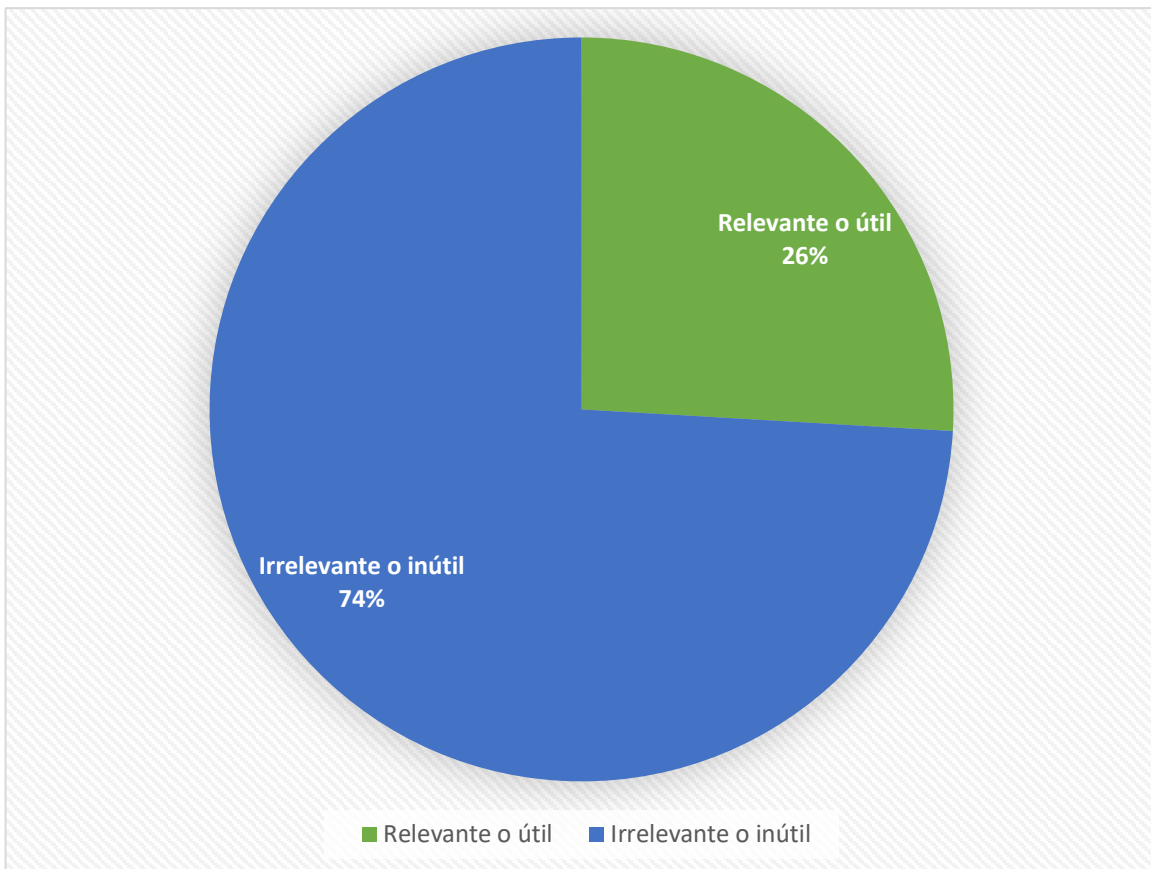
Tipo de información negativa utilizada



Fuente: Elaboración propia.

Gráfica 11

Tipo de información negativa utilizada



Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Partiendo de la pregunta de investigación, ¿los partidos políticos crearon *spots* que pueden ser considerados como campaña negativa? durante la campaña presidencial que tuvo lugar en México en el año 2018, la respuesta es sí, si se retoma la definición de campaña negativa que es “más que ocuparse de remarcar virtudes del candidato apunta a resaltar los defectos del adversario: un candidato no realza sus elementos propios positivos, sino que destaca lo negativo que representa el oponente (...). Es la manifestación de un argumento político, que puede ser tanto verdadero como falso, que trata de poner en duda la aptitud de un candidato para el cargo que pretende” (de García, D’Adamo & Slavinsky, 2005, p.5.). En el estudio de caso se explican las variables que se emplearon para poder identificar los *spots* que pudieran ser considerados como campaña negativa por los elementos o características que poseían, así como también se identifica qué tipo de contenido tuvieron dichos *spots*.

Para entender la idea de campaña negativa, en el marco teórico se hizo un seguimiento de conceptos claves para contextualizarlo teóricamente. El primero fue la democracia; para pensadores como Sartori (1988) la idea de democracia es demasiado compleja y ha ido evolucionando con el paso del tiempo, por ello, la definición que se rescata de este capítulo sobre la democracia es “la democracia concebida como el gobierno mayoritario limitado por los derechos de la minoría, se corresponde con todo el pueblo, es decir, con la suma total de la mayoría y la minoría... El principio de mayoría exige mayorías cambiantes, el que las diversas partes del cuerpo político puedan ser alternativas de poder” (Sartori, 1988, p. 57). El siguiente concepto fue el de democracia representativa, el cual logra resolver la problemática de las crecientes agrupaciones de ciudadanos que buscan juntarse para ejercer el poder (Gil, 2017); la democracia representativa es opuesta a la democracia directa, los representantes electos por los ciudadanos y organismos designados por estos representantes (Gil, 2017). Después se pasó a la democracia electoral que, de forma muy simple, es en la cual existen elecciones libres y justas, en donde la mayor parte de la ciudadanía tiene derecho al voto y existe una competencia entre los candidatos contendientes por algún cargo público (Smith,

2004). Para explicar con más detalle los factores que conforman una elección se pasó al concepto de proceso electoral que se inicia definiendo lo que es una elección, la cual es “ un mecanismo institucionalizado a través del un grupo de individuos expresa sus preferencias para decidir quiénes se desempeñarán en los puestos de un órgano, unipersonal o colegiado, con atribuciones de gobierno, representación o control y, por lo tanto, con autoridad sobre ese mismo grupo” (Aznar, L. & De Luca, M., 2015, p. 202). También se describieron los diferentes tipos de clasificaciones que pueden haber de una elección, los que pueden ser por *status político* (primer orden, nacional y segundo orden, subnacional y supranacional); con base en su nivel de intermediación (directas o indirectas) o por su nivel de pluralismo, libertad e importancia. Finalmente, se abordaron los conceptos de campaña negativa, negra y oscura; la campaña negativa ya se definió anteriormente; mientras que en la campaña negra no puede identificarse su origen verdadero. La diferencia más significativa entre ésta y la campaña oscura es el objetivo a lograr y, su propósito es ganar una elección, la segunda es su duración, la cual es hasta conseguir el objetivo, algunas veces la finalidad de la campaña oscura puede ser la muerte política; además, la primera tiene fecha de inicio y de expiración, normalmente finalizan junto con el término del proceso electoral; mientras que las segundas buscan la eliminación del objetivo político más allá del proceso electoral, incluso su duración puede prolongarse años. Ambos tipos de campañas se trabajan de la misma manera y tienen el mismo tipo de argumentación, pero la campaña oscura busca maximizar mucho más los daños, siendo su objetivo la eliminación de su blanco político (Saldaña & Cortés, 2013).

Entre los objetivos de investigación de este trabajo estuvieron analizar los términos en los que la legislación electoral establece el diseño de campañas electorales, por ello, en el marco jurídico se hace un breve análisis de la normativa acerca de las campañas negativas; se revisaron diferentes reglamentos, como la Ley General de Instituciones y Procesos Electorales (LGIPE), cuyo soporte reside en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Respecto a campañas electorales la LGIPE le dedica el capítulo IV, en donde se establece cómo las concibe, así como los límites que tienen dentro del marco de la ley, definiéndolas

como “actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto” (LGIPE, 2017, artículo 242); mientras que la propaganda electoral se le define como “el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas” (LGIPE, 2017 artículo 242).

En tanto que a la propaganda electoral se le define como “el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas” (LGIPE, 2017 artículo 242). El contenido de las campañas es normado en los artículos 246, párrafo 2; 247, párrafo 1, 2, 3 y 4; y en el artículo 248. También en la Constitución se hace referencia a algunos de los artículos anteriores, como en el artículo 6º constitucional, párrafo 1 y el artículo 7ª constitucional en sus párrafos 1, 2 y 3.

En el estudio de casos se pudo observar que los partidos políticos no solamente emitieron *spots* que contuvieron elementos de campaña negativa, sino también cuáles fueron los partidos que más *spots* difundieron con dichas características, respondiéndose la pregunta de investigación, sobre cuántos *spots* fueron transmitidos por partido.

A manera de síntesis, el estudio de caso consistió en analizar un total de 299 *spots*, ubicados en la *playlist* llamada “*Spots rumbo al 2018*” dentro del canal de *YouTube de Campaign and Elections México*, filial de *Campaign and Elections*, un destacado medio impreso y digital estadounidense enfocado en campañas políticas. Se determinó que no todos los *spots* servían para el trabajo, ya que no todos fueron emitidos durante la campaña presidencial del 2018, algunos fueron difundidos durante la precampaña o la intercampaña. También se decidió no incluir a *spots* que no tuvieran autor, de igual forma los que no se dirigieran o hicieran alusión a un

candidato o partido político, o que durante el *spot* alguno de los candidatos participantes de la elección hiciera proselitismo.

De los 299 *spots*, se utilizaron 67 para el análisis, de esos 67 únicamente 27 contenían elementos o características de campaña negativa. De los 67 *spots* utilizados, los dos partidos que no emitieron *spot* alguno que cumpliera con las características antes mencionadas fueron el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y el Partido del Trabajo (PT). En contra parte, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) fue el que más *spots* lanzó, con un total de 20 anuncios, siendo el 30% de los 67 analizados. Quienes difundieron la menor cantidad de *spots* fueron los candidatos independientes Jaime Rodríguez Calderón y Margarita Zavala, ambos emitieron un solo *spot* representando el 2% del total respectivamente, en el caso de Margarita Zavala difundió dos veces el mismo *spot*. El resto de los partidos emitieron las siguientes cantidades de *spots*, el Partido Acción Nacional (PAN) lanzó 20 *spots*, siendo el 19% de los *spots* analizados. El Partido de la Revolución Democrática (PRD) difundió 10 *spots*, representando el 15%; Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) también emitió 10 *spots*, el 15% del total; el Partido Nueva Alianza (PANAL) emitió 6 *spot*, el 9%; finalmente, tanto Movimiento Ciudadano como el Partido Encuentro Social (PES) lanzaron 3 *spots* cada uno, representando por separado el 4% del total. Por coalición, las dos coaliciones que emitieron el mayor número de *spots* fueron “Todos por México”, conformada por el Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y Partido Nueva Alianza (PANAL), con 26 *spots*. La colación “Por México al Frente”, que fue integrada por el Partido Acción Nacional (PAN), Partido de la Revolución Democrática (PRD) y Movimiento Ciudadano (MC) difundió también 26 *spots*; mientras que la coalición “Juntos Haremos Historia”, que fue compuesta por Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), el Partido del Trabajo (PT) y el Partido Encuentro Social (PES), lanzó un total de 13 *spots*.

Como se mencionó anteriormente, de los 67 *spots* analizados en este trabajo, 27 contenían elementos o características de campaña negativa, el partido que más *spots* con esas características aportó fue el PRI con 9 *spots*, en comparación con

Movimiento Ciudadano y Margarita Zavala, que emitieron únicamente un *spot* negativo cada uno. En cuanto a coaliciones, la que más ocupó la estrategia de campañas negativas en sus *spots* fue “Todos por México” con 11 anuncios difundidos; la coalición “Por México al Frente” fue la que menos utilizó esta estrategia, pues solo cinco *spots* lanzados contenían elementos negativos.

Para el análisis de este trabajo se utilizaron diversas variables, algunas de ellas con sus indicadores o tipos, para determinar si los *spots* observados contaban con características o elementos de campaña negativa, estas variables fueron, *tipo de ataque*, *ataque dirigido a un candidato*, *ataque dirigido a un partido político*, *tácticas empleadas para la realización del ataque*, *tipos de apelación*, *fuentes utilizadas en la realización del ataque* e *información negativa utilizada para realizar el ataque*.

La primera variable fue la de *tipo de ataque*, la cual contiene tres indicadores y éstos a su vez se dividen en diferentes tipos. Dichos indicadores son *calidad en el ataque*, cuyos tipos son ataque simple y ataque comparativo, el primero es sobre los aspectos negativos y, el segundo, es cuando se hace un contraste sobre alguno o algunos aspectos del candidato o rival político. El siguiente indicador es *explicitud del ataque*, el cual tiene dos tipos, ataque explícito, en el cual se menciona al atacado y, ataque implícito, cuando no se menciona al atacado. Finalmente, la variable *especificidad del ataque*, cuyos tipos son, ataque específico que puede ser dirigido a un candidato, partido político o gobierno determinado, o ataque generalizado, enfocado en candidatos, partidos o gobiernos en general.

Respecto a la cantidad de veces que se empleó cada tipo, se encontró que en la variable *calidad del ataque*, el tipo más utilizado fue ataque simple, que se usó en 59% de los *spots* analizados; mientras que el ataque comparativo se utilizó el 41%. En cuanto a la *explicitud del ataque*, el ataque explícito se ocupó en 75% de los casos, a su vez ataque implícito fue utilizada el 25%, por lo que la mayoría de los ataques fueron directos a los otros candidatos o partidos.

En la *especificidad del ataque*, el ataque específico fue utilizado en casi todos los *spots*, se observó en el 81% de los anuncios, mientras que el ataque generalizado solo se ocupó en 19% de estos.

La siguiente variable fue la de *ataque dirigido a un candidato*, la cual está enfocada en el candidato o candidatos rivales. No en todos los *spots* negativos estuvo presente, esto debido a que no siempre un ataque va a estar dirigido a un candidato. Sus indicadores son, ataque a sus características o cualidades personales, ataque a su trayectoria, ataque a sus propuestas, ataque a su posicionamiento ideológico, finalmente, ataque a su asociación con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores. De estos indicadores, el más utilizado fue el *ataque a sus propuestas*, un total de siete veces, el 30% de los *spots*; le siguió ataque a sus características o cualidades personales con seis, con el 26%; ataque a su posicionamiento ideológico se usó en cinco anuncios, el 22%; a su vez, el ataque a su asociación con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores se identificó en tres veces, el 13%; finalmente, el ataque a su trayectoria se observó en dos ocasiones, el 9%.

La siguiente variable hace referencia a los ataques que se centran en un partido político, el *ataque dirigido a un partido político*. Esta variable, al igual que el *ataque dirigido a un candidato*, no siempre está presente en todos los casos de *spots* negativos. Sus indicadores son los siguientes, ataque a los dirigentes del partido, ataque a las actuaciones pasadas del partido, ataque a las propuestas del partido, ataque a la ideología del partido y ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores. A pesar de la diversidad de esta variable, que tiene cinco diferentes indicadores, se observó que en los *spots* analizados únicamente se utilizaron dos de ellos, *ataque a las actuaciones pasadas del partido* y *ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores*; El primero fue utilizado en 75% de los ataques que fueron dirigidos a un partido político, mientras que el segundo, el 25%. Todos los ataques se centraron en dos partidos políticos, el PRI y el PAN, a ningún otro se le dirigió un ataque, esto puede deberse a que son los únicos partidos que han ganado la

Presidencia de México en las últimas décadas y se tiene un antecedente de lo hecho por estos partidos durante sus sexenios.

En el estudio de caso se agregó también un análisis de la cantidad de ataques recibidos por partido político, así como también ataques recibidos por candidato, para contrastar la cantidad de ataques realizados con los recibidos. En relación con los ataques recibidos por partido político, se pudo observar que los dos únicos partidos que recibieron ataques fueron el PRI y el PAN. Los ataques proveían de cuatro *spots* dirigidos a ambos partidos, estos *spots* fueron lanzados por partidos integrantes de la coalición “Juntos Haremos Historia”. Como ya se mencionó, que todos los ataques se centraran en ambos partidos pudo deberse a que han sido los únicos partidos que participaron en la contienda que anteriormente ya ganaron la elección para presidente de México.

En cuanto a los ataques recibidos por candidato, la mayor parte de estos se centraron en Andrés Manuel López Obrador, candidato de la coalición “Juntos Haremos Historia”, con 21 ataques. El otro candidato que también recibió ataques fue el candidato de la coalición “Por México al Frente”, Ricardo Anaya, en menor cantidad con tres ataques. El motivo por el cual López Obrador fue el blanco de la mayor cantidad de ataques pudo deberse a que al inicio de la campaña electoral fue el candidato mejor posicionado en las encuestas de diferentes medios impresos, posición que se fue incrementando durante el resto del proceso electoral, observándose que la mayor cantidad de *spots* que lo atacaban directamente a él se emitieron en los meses restantes de la campaña.

La siguiente variable es la de *tácticas empleadas en la realización del ataque*, hace referencia a las tácticas que se utilizaron para generar el ataque, en la cual se desarrolla todo el proceso para gestar un ataque. Ésta a su vez posee otras subvariables, y algunas de estas a su vez pueden tener diferentes tipos, las cuales son, identificación contaminante, comparación, apelación a las emociones negativas, acusar al oponente de camaleón, testimonial negativo, implicaciones e insinuaciones, asociación o yuxtaposición, manipulación y tergiversación de la información (esta a su vez, tiene sus variables, factoides, manipulación estadística,

verdad a medias y falsas analogías), estereotipación del rival (sus variables son chivo expiatorio y demonización del oponente), ridiculización, *backfire*, interpelación unilateral y reencuadre. La distribución de las tácticas utilizadas entre los *spots* fue más homogénea que cualquier otra variable analizada en este trabajo, a pesar de lo anterior, las más utilizadas fueron *comparación* y *backfire*, en cinco *spots* cada una, o sea en 19% de los *spots* respectivamente; seguido de la apelación a las emociones negativas, ridiculización y manipulación y tergiversación de la información en cuatro anuncios y un 15% cada una; el resto de las tácticas quedó así, identificación contaminante e implicaciones e insinuaciones dos *spots*, ambas con el 7%; finalmente, asociación o yuxtaposición apareció en un *spot* únicamente, o sea el 4% . También se observó que algunos *spots* contenían ataques con más de una táctica, también que siempre hay una que predomina más que otra, por lo que pueda presentar características o elementos de más de una táctica, pero una de ellas va a ser más dominante. Un ejemplo de la presencia de más de un tipo de ataque utilizado en el estudio de caso fue el del *spot* “El Tigre” emitido por el Partido Encuentro Social, en el cual, el *spot* poseía elementos de dos tácticas, apelación a las emociones negativas y manipulación y tergiversación de la información, siendo la última, la táctica que forma parte de la estructura principal del ataque ya que solo tomó elementos de la otra táctica para complementarlo. La táctica de manipulación y tergiversación de la información fue la más compleja de analizar, ya que contiene diversos elementos de otras tácticas. También, se encontraron tácticas que no se ocuparon en los *spots* analizados, las cuales fueron las siguientes: “acusar al oponente de camaleón”, “testimonial negativo”, “estereotipación del rival”, “interpelación unilateral” y “reencuadre”, pues en ninguno de los anuncios se observó que alguna de estas tácticas fuese predominante.

A continuación, se hablará de la variable *tipo de apelación*, la cual tiene tres indicadores, apelación lógica, apelación emocional y la apelación ética. El primero se presenta cuando un ataque contiene información veraz y útil; el segundo, es cuando se utilizan elementos que pueden evocar emociones, y en el tercero, se pone en duda la rectitud del atacado. El *tipo de apelación* más utilizado fue el emocional, esto se debió a que la táctica más repetida fue la apelación a las

emociones negativas, sumando además la táctica de ridiculización; las tácticas están relacionadas de manera significativa con el *tipo de apelación* ya que estas pueden determinar qué tipo de apelación se ocupa en algún *spot* o anuncio de características negativas.

La siguiente variable fue la *fuentes que realiza el ataque*, la cual hace referencia al origen del ataque dentro del *spot*. Sus indicadores son un sustituto de candidato, el candidato opositor, otro candidato o rival político, *una voz en off*, el vocero del candidato o partido político y otras fuentes. La fuente más utilizada en los *spots* analizados fue *una voz en off* que estuvo presente en la mitad de los anuncios observados, o sea el 50%; seguido por *otro candidato o rival político*, con el 25%; en menor medida también se hizo uso de *sustituto de candidato*, con el 13% y, de *otra fuente* con el 12%. Se observó que la razón principal por la cual se usó de forma más frecuente *una voz en off* fue porque era más fácil explicar las imágenes, vídeos y demás herramientas audiovisuales que se presentaron en los anuncios, como también se buscó darle más seriedad y credibilidad a la información que contenía. Por otra parte, se observó que al emplearse *otro candidato o rival político* el anuncio se enfocó en los diversos sucesos que se presentaron en el debate; al usarse *sustituto de candidato* se realizó una representación o actuación, por lo que la fuente en casi todas las ocasiones eran actores.

Finalmente, la última variable es la *información negativa utilizada para realizar el ataque*. Esta variable es el tipo de información que contiene el *spot* para poder llevar a cabo un ataque, esta puede ser *irrelevante o inútil al debate público*, la cual es información que no ha sido verificada con anterioridad, es falsa y su objetivo es la difamación por lo que no es apta para el debate público o *inútil al debate público* o relevante o útil para el debate público, su función es proveer de información verídica y trascendente, fomentando el debate público. El tipo de *información negativa* que más se utilizó fue la irrelevante o inútil para el debate público, se pudo observar que la mayoría de los *spots* no tenía como finalidad aportar información de calidad sino la manipulación, dejando a un lado información que permitiera abonar al mejoramiento del debate público y presentando

información imprecisa o falsa, o que no contenía algún tema relevante para la opinión pública. En cuanto a cantidad, los spots que contuvieron información *irrelevante o inútil al debate público* fueron 20, mientras que *relevante o útil para el debate público* fueron únicamente 7; de los 20 *spots* de información irrelevante el partido que más aportó anuncios fue el PRI con 8, seguido por el PAN con 4, MORENA con 3, PANAL con 2 y PRD, Movimiento Ciudadano y el PES con uno respectivamente; en cuanto a información relevante, de los 7, el PAN y PRD ambos lanzaron 2 cada uno, el PRI, PES y Margarita Zavala 1 respectivamente.

Finalmente, puede decirse que el comportamiento de los partidos políticos en la contienda electoral presidencial de 2018 en México, en relación con las campañas negativas y su impacto en la democracia de este país no fue positivo para el electorado, únicamente se enfocó en intentar persuadir para obtener el voto de quienes vieran los *spots*, como menciona Martín (2002), el electorado tiene la posibilidad de acceder a la información que cada opción política provee y seguir con las recomendaciones del persuasor, seleccionando al candidato que haya logrado llamar la atención; la persuasión es la única forma de ganar apoyo para una opción política sin utilizar la fuerza. Se concluye que no fue positivo para los ciudadanos debido a que el tipo de información que se presentó no fue útil para el debate público, no aportó información alguna que fomentara el intercambio de ideas o que contuviera elementos que ayudaran a crear una opinión más crítica; la información que los *spots* daban era imprecisa, tendenciosa o no podía verificarse, partían de algún hecho o dato real posteriormente tergiversaban la información, llegando al límite de calumniar o incluso llegar a hacerlo; una de las hipótesis de Pérez de la Fuente (2014) menciona que puede ser incluso benéfico que los contrincantes develen los puntos negativos de los candidatos, ya que usualmente solo se muestra las características negativas, pero en el caso de los *spots* analizados la mayoría mostraba puntos negativos que no eran comprobables o no mostraba información trascendente. Se recurre a este tipo de herramientas, como lo son las campañas negativas, por su eficacia; los *spots* negativos son más fáciles de recordar, aunque no se debe abusar de su uso porque puede dañar a un candidato o elección

determinada e incluso al sistema democrático mismo, incitando al abstencionismo (Pérez de la Fuente, 2014).

Fuentes consultadas

- Alonso, J. (2000, septiembre). *Las elecciones federales del 2000, consolidación del panismo*. Espiral, Vol. VII, pp.95-126.
- Álvarez-Gayou, J. (2014). *La investigación cualitativa*. 8 de abril de 2019, de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Sitio web: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html#nota0>
- Aznar, L. & De Luca, M. (2006). *Política, cuestiones y problemas*. Buenos Aires: Emecé Editores.
- Bastidas, S. (2012, julio). El sexenio solitario de Felipe Calderón. *Política Exterior*, vol.26, pp.94-101.
- Becerra, R., Salazar, P. & Woldenberg, F. (1997). *La reforma electoral de 1996. Una descripción general*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Cárdenas, J. (2007). *El proceso electoral de 2006 y las reformas políticas necesarias*. Mayo 10, 2020, de Revista Mexicana de Derecho Constitucional Sitio web: <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/cuestiones-constitucionales/article/view/5787/7627>
- Canel, M. (2008). *Comunicación política. Una guía para su estudio práctico*. Madrid: Editorial Tecnos.
- Carrasco, J. (2013, diciembre 29). 1994: *Los terrores de Salinas*. *Proceso*, No.1939, pp. 6-17.
- Constitución de los Estados Unidos Mexicanos [Const.] (1914) Artículo 6º [Título I]. Recuperado de VLex.
- Constitución de los Estados Unidos Mexicanos [Const.] (1914) Artículo 7º [Título I]. Recuperado de VLex.
- Córdova, L. (2008). *La reforma electoral y el cambio político en México*. En Zovatto, D & Orozco J. (Coord.), *Reforma política y electoral en América Latina 1978-2007* (pp. 653-704). México. Universidad Nacional Autónoma de México.

- Crespo, J. (2013, octubre). *¿Por qué retornó el PRI al poder?*. Tla-Melahua, N°35, pp. 6-17.
- Dahl, R. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven. Yale University Press.
- Del Villar, S.I. (2005). *El voto que cuajó tarde. En Una historia contemporánea de México: Actores*. (pp.49-93). Ciudad de México: Editorial Océano.
- Estrada, G. (2004). 1968, *Estado y universidad. Orígenes de la transición política en México*. Ciudad de México: Random House Mondadori.
- Espino-Sánchez, G. (2011). La transformación de la comunicación política en las campañas presidenciales de México. *Convergencia*, 18(56), 59-86. Recuperado en 13 de mayo de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352011000200003&lng=es&tlng=es.
- García, A. (2012). *Democratizar los medios de comunicación*. 23 de abril del 2018, de La Jornada Sitio web: <http://www.jornada.unam.mx/2012/05/24/politica/019n1pol>
- García, C. (2019). *Lo que sabes del caso Colosio, a 25 años del asesinato que estremeció a México*. abril 8, 2020, de El Universal Sitio web: <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/politica/lo-que-sabemos-del-caso-colosio-25-anos-del-asesinato-que-estremecio-mexico>
- García, V & D'Adamo, A. (2013, diciembre 29). Propuesta de una matriz de codificación para el análisis de las campañas negativas. *Opera*, N°13, pp. 7-23. 2020, junio 15, De Social Science Research Network Base de datos.
- García, V., D'Adamo, O & Slavinsky, G. (2005). *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. España: Gedisa.
- Gil Robles, J. (2017, junio 1). *Democracia representativa y democracia participativa*. *Tiempo de Paz*, 125, pp. 5-11.
- Granados, O. (2012). *¿Cómo fue el sexenio de Miguel de la Madrid?*. Animal Político sitio web: <https://www.animalpolitico.com/2012/04/como-fue-el-sexenio-de-miguel-de-la-madrid-2/>

- Instituto Federal Electoral (2000). ELECCIÓN DE PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS: ESTADÍSTICA DE LAS ELECCIONES FEDERALES DE 2000.
- Instituto Federal Electoral (2006). ELECCIÓN DE PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS: ESTADÍSTICA DE LAS ELECCIONES FEDERALES DE 2006.
- Instituto Federal Electoral (2012). ELECCIÓN DE PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS: ESTADÍSTICA DE LAS ELECCIONES FEDERALES DE 2012.
- Instituto Nacional Electoral (2015). Reforma Político Electoral 2014. Legislación electoral vigente. Recuperado de https://portalanterior.ine.mx/archivos2/CDD/Reforma_Electoral2014/normatividad_legislacion.html
- Instituto Nacional Electoral (2015). ELECCIÓN DE DIPUTADOS FEDERALES DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS: Atlas de Resultados de las Elecciones Federales 1991-2015.
- Instituto Nacional Electoral. (27 de enero de 2017) Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. Diario Oficial de la Federación. Recuperado de: <https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2019/06/COMPENDIO-TOMO-02.pdf>
- Instituto Nacional Electoral. (27 de enero de 2017) Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. Artículo 242 [Capítulo IV]. DOF. Recuperado de: <https://www.ine.mx/wp-content/uploads/2019/06/COMPENDIO-TOMO-02.pdf>
- Instituto Nacional Electoral (2018). ELECCIONES FEDERALES DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS: Sistema de consulta de estadística de las elecciones del proceso 2017-2018. Recuperado de: <https://siceen.ine.mx:3000/#/fuerza-electoral>
- Krauze, E. (1999). *La presidencia Imperial. Ascenso y caída del sistema político mexicano*. Ciudad de México: Tusquets Editores.
- Krieger, E. (1990). “*Derecho electoral en julio de 1988*”

- Martín, L. (2002). *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona: Paidós.
- Moreno, A. (2018). Se despega AMLO; Meade y Anaya pelean el segundo sitio. octubre 4, 2020, de El Financiero Sitio web: <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/se-despega-amlo-meade-y-anaya-pelean-el-segundo-sitio>
- Najar, A. (2018). 5 razones que hacen históricas las elecciones presidenciales en México. diciembre 28, 2020, de Animal Político Sitio web: <https://www.animalpolitico.com/2018/03/historicas-elecciones-presidenciales-mexico/>
- Najar, A. (2019). *EZLN y Marcos: ¿cuál es el principal aporte del zapatismo a México a 25 años de su levantamiento armado?*. abril 8, 2020, de BBC Sitio web: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-46724967>
- Najar, A. (2019). *Luis Donald Colosio: el magnicidio que desató la espiral de violencia que padece México*. abril 9, 2020, de BBC Sitio web: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-47599393>
- Olvera, A. (2019). Elecciones presidenciales en México 2012: Crisis del Estado y restauración precaria. In Mayorga F. (Ed.), *Elecciones y legitimidad democrática en América Latina* (pp. 59-94). CLACSO.
- Olvera, A. (2010). *La democratización frustrada*. Xalapa: Publicaciones de la Casa Chata.
- Ortega, R. (2010). "Las elecciones de 1988".
- Ortiz, C. (2017, enero). *Aspectos generales de la reforma constitucional en materia político electoral 2014, en México*. *Revista Letras Jurídicas*, 35, pp. 65-77.
- Pérez, A. (2014). *Campañas negativas en las elecciones 2000 y 2006 en México*. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 59, pp.87-115.
- Pérez De la Fuente. (2014). *Libertad de expresión y discurso político. propaganda negativa y neutralidad de los medios en campañas electorales*. México D.F. Tirant lo Blanch.

- Pérez, O. (2014). *Libertad de expresión y discurso político*. México: Tirant lo blanch.
- Poy, L. (2012). *#YoSoy132 presenta mil 100 casos de irregularidades y delitos electorales*. La Jornada Sitio web: <https://www.jornada.com.mx/2012/07/06/politica/016n1pol#>
- Przeworski, A. (1991). *Democracia y mercado*. Gran Bretaña. Organización Editorial de la Universidad de Cambridge.
- Redacción. (2003). *Las sombras del 88*. 18 de abril del 2018, de Proceso Sitio web: <https://www.proceso.com.mx/189822/las-sombras-del-88>
- Redacción. (2015). Manuel Clouthier, primer diputado federal independiente, recibe constancia de mayoría. noviembre 4, 2020, de Aristegui Noticias Sitio web: <https://aristeginoticias.com/1106/mexico/manuel-clouthier-primer-diputado-federal-independiente-recibe-constancia-de-mayoria/>
- Redacción. (2016). *El reportaje que publicó "The Guardian"*. 30 de abril del 2018, de Aristegui Noticias Sitio web: <https://aristeginoticias.com/1108/mexico/el-reportaje-que-publico-the-guardian-sobre-pena-y-televisa/>
- Redacción. (2018). Balance de encuestas pone a AMLO y a Anaya como punteros. octubre 4, 2020, de La Silla Rota Sitio web: <https://lasillarota.com/segun-nueve-encuestas-asi-van-presidenciables-nacion-lsr/205901>
- Redacción. (2018). Preferencia electoral para la elección de presidente. Octubre 4, 2020, de El Universal Sitio web: <https://interactivo.eluniversal.com.mx/graficos/online/pdf-18/PDF-PreferenciaElectoralparaelecciondepresidente.pdf>
- Redacción. (2019). Este fue el discurso de Colosio del 6 de marzo de 1994. mayo 2, 2020, de Excelsior Sitio web: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/este-fue-el-discurso-de-colosio-el-6-de-marzo-de-1994/1303105>

- Rico, M. (1997). *Mexico pone fin a siete décadas de autoritarismo*. abril 10, 2020, de El País Sitio web: https://elpais.com/diario/1997/07/08/internacional/868312816_850215.html
- Rivas, J. (2018). *Antecedentes, desarrollo y repercusiones del 68 mexicano*. En *Los 68 latinoamericanos* (pp. 53-77). Buenos Aires: CLACSO.
- Rodríguez, A. (2017). *Con Peña Nieto, cifras históricas de publicidad*. 20 de abril del 2018, de Proceso Sitio web: <https://www.proceso.com.mx/501897/pena-nieto-cifras-historicas-publicidad-televisa-tv-azteca-los-favorecidos>
- Roldán, N. (2018). Puntos clave de la propuesta de amnistía de AMLO: con consulta a víctimas, así se planea la ley. octubre 6, 2020, de Animal Político Sitio web: <https://www.animalpolitico.com/2018/07/amnistia-amlo-puntos-clave/>
- Rovira, G (2012). México, #YoSoy132: *¡No había nadie haciendo el movimiento más que nosotros!*. Anuario del Conflicto Social, Vol. 2, pp. 423-448.
- Saldaña & Cortés. (2013). *Dark Marketing*. México. Pearson.
- Santiago, J. (2001). *La reforma política del Distrito Federal: Avances y prerrogativas*. abril 8, 2020, de Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM Sitio web: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3182/11.pdf>
- Sartori, G. (1987). *¿Qué es la democracia?*. Madrid: Santillana.
- Sartori, G. (1988). *Teoría de la democracia 1. El debate contemporáneo*. Madrid. Alianza.
- Sartori, G. (1988). *Teoría de la democracia 2. El debate contemporáneo*. Madrid. Alianza.
- Sautu, R. (2005). *Todo es teoría*. Argentina: Lumiere.
- Schedler, A. (2009, enero). *Inconsistencias contaminantes: gobernación electoral y conflicto poselectorales en las elecciones presidenciales de 2006 en México*. América Latina Hoy, vol.51, pp.41-59.

- Scherer, J. & Monsiváis, C. (1999). *Parte de Guerra. Tlatelolco 1968*. Ciudad de México. Editorial Nuevo Siglo.
- Schumpeter, J. (1983). *Capitalismo, socialismo y democracia*. España: Ediciones Orbis.
- Smith, P. (2004, julio). *Los ciclos de democracia electoral en América Latina, 1900-2000*. *Política y Gobierno*, Vol.11, p189-228.
- Torres, I. (2012). *Yo Soy 132, la Primavera Mexicana*. Crónica Online: <http://www.cronica.com.mx/notas/2012/665343.html>
- Valdés, L. & Piekarewicz, M. (1990). “*La organización de las elecciones*”.
- Valdés, L. (1995). *El sistema de partidos en México: las dimensiones de la competitividad electoral*. *Política y Cultura*, Vol. 5, pp. 29-41.
- Valdés, M. (1998). *Una nueva legitimidad en el Distrito Federal. Las elecciones de 1997*. *Nueva Antropología*, Vol. XVI, pp.57-78
- Valdéz, A. (2003). *Para entender la mercadotecnia política*. México: Mi Espacio.
- Vallès, J. & Martí, S. (2015). *Ciencia política. Un manual*. Barcelona: Planeta.
- Vergara, R. (2012). Elección comprada: el escándalo Peña Nieto-Soriana. octubre 4, 2020, de Proceso Sitio web: <https://www.proceso.com.mx/nacional/2012/7/7/eleccion-comprada-el-escandalo-pena-nieto-soriana-105365.html>
- Villamil, J. (2012). *Televisa y el negocio de la democracia*. 23 de abril del 2018, de Proceso Sitio web: <https://www.proceso.com.mx/315241/televisa-y-el-negocio-de-la-democracia>
- Villamil, J. (2018). *6 de Julio de 1988, un día como hoy, hace 30 años*. abril 2, 2020, de Proceso Sitio web: <https://www.proceso.com.mx/541892/6-de-julio-de-1988-un-dia-como-hoy-hace-30-anos>

Anexo. Modelo de evaluación de *spots* de campaña negativa

Nombre del Spot	Margarita Zavala	Marzo 2018	
Partido o coalición	Partido Independiente		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=eG3HbGxH6A0&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=117			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Compara propuestas de seguridad, afirmando que su perspectiva es la correcta
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus propuestas		Va dirigido contra AMLO
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación lógica		
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		Margarita es quien aparece en el <i>spot</i>
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Comparación		Ataca las propuestas de "pactar con los delincuentes"
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidatos rivales		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Compromiso frontera	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=7rt_YVFvzBw&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=120			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	No aplica		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Mi voto es para Mí y para Meade	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=xUImv2nNpwU&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=122			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	No aplica		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Seguridad	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=UNmif-Hk7ag&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2oiTLpzpcWcP&index=123			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Compara la estrategia de seguridad de ambos
	Explicitud del ataque	Ataque implícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus propuestas		Hace referencia a AMLO
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Apelación a las emociones negativas		En una conversación entre dos personas, se asocia la estrategia de seguridad de AMLO con miedo
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Voto por mí, voto por Meade	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=MHVh9u8yKhw&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=124			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Avanzar contigo. Segunda versión	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=KbyikTCu5BI&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=125			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Avancemos Juntos	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=-Dvu91BODI0&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2ojTLpzpcWcP&index=126			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Educación. Versión 2	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=IPqItWydbVs&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2ojTLpzpcWcP&index=128			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Relaciona a AMLO con miedo ya Meade con tranquilidad
	Explicitud del ataque	Ataque implícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus propuestas		Se hace referencia a AMLO
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		
Fuente que realiza el ataque	Otra fuente		Actores
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Apelación a las emociones negativas		Dos personas muestran su temor a la propuesta de educación de AMLO
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Testimonial. Versión 5	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=VV7Wxtm4E7M&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=130			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Testimonial. Versión 4	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=oRB--0FgKWs&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2oiTLpzpcWcP&index=131			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Seguridad	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=I-oCyhE0kvo&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=132			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Contrasta las propuestas de seguridad
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	Contra AMLO
	Especificidad del ataque	Ataque específico	Propuestas de AMLO
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus propuestas		Ataque a la propuesta de seguridad
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación lógica		
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		Aparece Ricardo Anaya
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Comparación		Anaya menciona que la estrategia de AMLO no va a funcionar y la suya sí
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o miembros de la oposición		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Testimoniales. Versión 2	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=GWH3ymrvIJY&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=133			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Testimoniales. Versión 3	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=JABrDYdWtpY&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=134			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	No aplica		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Jóvenes	Abril 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=6NX4TDChVDE&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=135			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	No viviré en Los Pinos	Abril 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=miFdAkeMEdk&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2ojTLpzpcWcP&index=137			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Escaleras	Abril 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=kpn_eser7I&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHC_o2ojTLpzpcWcP&index=138			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	No aplica		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Fueros y privilegios	Abril 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=HHjeqb2ghIs&list=PLIt9_vROnDEv1zZ_pIHC_o2ojTLpzpcWcP&index=139			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Pensión Expresidentes	Abril 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=iCLS4oJI0eM&list=PLjt9_vR0nDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=140			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	No más gasolinazos	Abril 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=0krwIKiFiw4&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=141			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Jaime Rodríguez Calderón "El Bronco"	Abril 2018	
Partido coalición	o Candidato Independiente		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=L3vilKNWH-w&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=147			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No se encontraron elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Vamos al frente	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=i2SmbRQOTpl&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=154			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elemento de campaña negativa		

Nombre del Spot	Miedo o Meade	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=EPs2rw54yTc&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=160			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Relaciona AMLO con lo negativo y a Meade con lo positivo
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	Hacia AMLO
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su posicionamiento ideológico		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		
Fuente que realiza el ataque	Otra fuente		Actores
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Apelación a las emociones		Un personaje expresa su temor de que empresas retiren su inversión si gana AMLO
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Mi #7de7 José Antonio Meade	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=ri_NY-EodoA&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=161			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	¿Qué significa la amnistía de AMLO?	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=KptvdqeRfb0&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHC_o2ojTLpzpcWcP&index=162			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Ataca las propuestas de AMLO
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus propuestas		Hacia AMLO
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		Evoca miedo
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Manipulación y tergiversación de la información	Factoide	Tergiversa la propuesta de seguridad de AMLO al punto de evocar miedo
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Con tu voto decides el futuro de México	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=woRzHKRrY14&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=163			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Compara las intensiones de AMLO con las de Meade
	Explicitud del ataque	Ataque implícito	Hace referencia a AMLO
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su posicionamiento ideológico		Dirigido a AMLO
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación lógica		
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		José Meade aparece
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Comparación		Meade explica porque AMLO es todo lo malo y él es lo bueno
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Miedo o Meade II	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=TiHiWEu8yH4&list=PLit9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=164			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Relaciona imágenes negativas con AMLO
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su posicionamiento ideológico		Hacia AMLO
Ataque dirigido a un partido político			
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		Evoca miedo
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Asociación o yuxtaposición		Aparece AMLO hablando mientras imágenes negativas aparecen para crear relación
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Izquierda Sí	Izquierda Sí	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=de5hXWT90Ow&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=165			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	En apoyo a Ricardo Anaya	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=-hL5kOisr0o&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=167			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	En apoyo a José Antonio Meade II	Abril 2018	
Partido o coalición	Nueva Alianza		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=FTPURxAW-v0&list=PLit9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=169			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	En apoyo a José Antonio Meade I	Abril 2018	
Partido o coalición	Nueva Alianza		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=vTN7Py-77go&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=170			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	En apoyo a José Antonio Meade III	Abril 2018	
Partido o coalición	Nueva Alianza		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=SDd75uUuTiY&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=171			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Fórmula	Abril 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=hvycXSrV2w&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=173			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Debate. José Antonio Meade	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=CxIfAE4-Fjg&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2oiTLpzpcWcP&index=178			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Compara las estrategias de seguridad de él y de AMLO
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su asociación con ciertas personas		Hacia AMLO
Ataque dirigido a un partido político			
Tipo de apelación utilizada	Apelación ética		Cuestiona la ética del contrincante
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		Aparece José Meade
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Implicaciones o insinuaciones		Ataca la estrategia de AMLO, relacionándola con todo lo negativo
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Debate II. Ricardo Anaya	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=lw_H8OS-jHI&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2ojTLpzpcWcP&index=181			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Ataca a AMLO y su relación con Bejarano, Ponce e Imaz
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su asociación con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación ética		
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		Ricardo Anaya en el debate
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Implicaciones e insinuaciones		Insinúa la implicación de AMLO con Bejarano, Ponce e Imaz
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidatos rivales		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Debate. Ricardo Anaya	Abril 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=BxDRDmACURA&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=182			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Debate seguridad. José Antonio Meade	Abril 2019	
Partido coalición	o Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=VyMEZ5ffyg&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=206			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Compara las estrategias de seguridad de Meade y AMLO.
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus propuestas		Dirigido a AMLO
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación lógica		
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		José Meade en el debate
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Comparación		Explica su estrategia de seguridad y el porqué la de AMLO no va a funcionar
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	¿Por qué votar por mí? José Antonio Meade	Mayo 2019	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=mJsFJaog2s4&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=208			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	El Tigre	Mayo 2019	
Partido o coalición	Partido Encuentro Social		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=Cz8CmZHoF_k&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=209			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	
	Explicitud del ataque	Ataque implícito	Ataque implícito hacia el PAN y el PRI
	Especificidad del ataque	Ataque generalizado	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	Ataque a las actuaciones pasadas del partido		Dirigido a ex-candidatos del PAN y del PRI
Tipo de apelación utilizada	Apelación ética		
Fuente que realiza el ataque	Un sustituto del candidato		Una persona disfrazada de tigre
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Manipulación y tergiversación de la información	Factoides	Exagera situaciones que sucedieron en el país, resaltando los cinco sexenios anteriores
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o miembros de la oposición		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Si contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Propuesta contra la corrupción. Ricardo Anaya	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=Q8K_J3-fAgs&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=210			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	México podría estar peor con López Obrador	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=pQFLcTsw1aM&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=211			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su posicionamiento ideológico		Crea una analogía de AMLO con Venezuela
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Manipulación y tergiversación de la información	Falsas analogías	Crea una relación entre AMLO, Hugo Chávez y la creciente crisis de Venezuela a través de imágenes
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidatos rivales		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Certificado Avanzar Contigo	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=zQW1bYGcs1o&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=213			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Feliz día del maestro. José Antonio Meade	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=UqtXg3bLbBU&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=214			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Meade en 30", Corrupción.	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=8nqtFntrc4E&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHC_o2ojTLpzpcWcP&index=215			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Spot FOBAPROA. Ricardo Anaya	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=MFSZPV-Uoq4&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2oiTLpzpcWcP&index=217			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores		Ataque dirigido a Andrés Manuel y su relación con los candidatos de MORENA
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación lógica		
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		Ricardo Anaya en el debate
Tácticas empleadas en la realización del ataque	<i>Backfire</i>		Anaya utiliza un libro escrito por AMLO para atacarlo sobre el FOBAPROA, citando partes del libro
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidatos rivales		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Madre soltera	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=FDHmUjTI6J8&list=PLit9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=218			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Imagina un México en paz. Ricardo Anaya	Mayo 2018	
Partido o coalición	Movimiento Ciudadano		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=Ins1njW32W4&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=221			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Propuesta contra la corrupción. Ricardo Anaya	Mayo 2018	
Partido o coalición	Movimiento Ciudadano		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=0on8-LeS-dA&list=PLjt9_vR0nDEv1zZ_pIHCo2ojTLpzpcWcP&index=222			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Debate	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Encuentro Social		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=udVG1Z0dpgE&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2ojTLpzpcWcP&index=223			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Ataque directo
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su posicionamiento ideológico		Ataque dirigido a Ricardo Anaya
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación lógica		
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	<i>Backfire</i>		Muestra a Anaya las veces que hizo referencia o dice AMLO en el debate,
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o miembros de la oposición		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Depende de ti	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Encuentro Social		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=NbbnuwE12Zc&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=224			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	La decisión de Bety (1era parte)	Mayo 2018	
Partido o coalición	Nueva Alianza		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=EMPW2-S_gFU&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=226			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Satirizan a Ricardo Anaya
	Explicitud del ataque	Ataque implícito	Hace alusión a Ricardo Anaya
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus características o cualidades personales		Ataque dirigido a Ricardo Anaya
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación ética		Cuestiona la ética de Anaya
Fuente que realiza el ataque	Otras fuentes		Actores
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Ridiculización		Hacen una analogía de Anaya con un personaje impositivo
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		Partido en coalición con el partido en el gobierno
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	MORENA	Mayo 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=Q0ZTgzbnGX0&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=228			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	Relaciona todo lo negativo con el PRI y el PAN
	Especificidad del ataque	Ataque generalizado	
Ataque dirigido a un candidato			
Ataque dirigido a un partido político	Ataque a las actuaciones pasadas del partido		El ataque va dirigido al PRI y al PAN
Tipo de apelación utilizada	Apelación ética		Cuestiona la ética de los presidentes de ambos partidos
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Identificación contaminante		Asocia todas las cuestiones negativas del país a los últimos 3 presidentes
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o miembros de la oposición		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	López Obrador gobernó mal	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=ITJzVQzTxvo&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2ojTLpzpcWcP&index=229			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Ataque a su Jefatura de Gobierno
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su trayectoria		Dirigido a Andrés Manuel
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		Genera miedo y desconfianza
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Apelación a las emociones negativas		Se hace referencia a que AMLO “no supo gobernar” cuando fue Jefe de Gobierno a través de imágenes
Procedencia de la campaña negativa	Partido o candidato rival		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Certificado de Avanzar Contigo	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=k-2OXN3-ri4&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=230			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Capítulo 2: La decisión de Bety. "Les presento a Andrés".	Mayo 2018	
Partido o coalición	Nueva Alianza		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=q56v7RC00J8&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=244			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Satirización
	Explicitud del ataque	Ataque implícito	Hace referencia a AMLO
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus características o cualidades personales		Ataca las características personales de AMLO
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		Trata de evocar desconfianza
Fuente que realiza el ataque	Otras fuentes		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Ridiculización		Utilizan a un personaje insistente para relacionarlo con AMLO y sus diversos intentos de ganar la presidencia
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		En coalición con el partido en el gobierno
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Andrés Manuel miente, él sí espanta a las inversiones	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=zgc-HQMFOao&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=245			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a su trayectoria		Ataque a Andrés Manuel cuando fue Jefe de Gobierno
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación ética		Cuestiona la ética de AMLO
Fuente que realiza el ataque	Otro candidato o rival político		Ricardo Anaya en el debate
Tácticas empleadas en la realización del ataque	<i>Backfire</i>		Anaya responde a AMLO en el debate que es falso la cantidad de hubo tanta inversión cuando fue Jefe de Gobierno
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidatos rivales		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Quiere ser presidente	Mayo 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=MgDyRFsx5H0&list=PLit9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=247			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus características o cualidades personales		El ataque es dirigido a AMLO, a su persona
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		Intenta generar miedo y desconfianza
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	<i>Backfire</i>		Utiliza las palabras de AMLO en las que se contradice en diferentes momentos para atacarlo
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidatos rivales		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	La decisión de Bety. 3era parte.	Junio 2018	
Partido o coalición	Nueva Alianza		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=AJm8ECwzfiw&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=253			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Es momento de cambiar	Junio 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=Y5o4RAeJSDc&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHCo2ojTLpzpcWcP&index=256			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Relaciona con aspectos negativos al PRI y al PAN
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque generalizado	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	Ataque a las actuaciones pasadas del partido		Ataque dirigido al PRI y al PAN
Tipo de apelación utilizada	Apelación ética		Cuestiona la ética de ambos partidos
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Identificación contaminante		Asocia a los últimos 5 presidentes de ser de forma negativa para el país
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o miembros de la oposición		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Agua 2	Junio 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=kdnQfcsh-4g&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=258			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	Muestra de forma negativa a AMLO y positiva a Anaya
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus características o cualidades personales		Cuestiona la capacidad de AMLO para gobernar
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		Trata de generar miedo
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Comparación		Trata de hacer una comparativa para hacer un llamado al "voto útil", usando vasos y su líquido para explicarlo
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidato rival		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Fiscalía de investigación contra EPN	Junio 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=odW6ri4e81k&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pIHC_o2ojTLpzpcWcP&index=259			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Hagamos frente con Anaya	Junio 2018	
Partido o coalición	Partido Acción Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=NUbO6ADX8PU&list=PLit9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=260			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Estamos a tiempo. José Antonio Meade	Junio 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=gx0F6649uA&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=262			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Relevante o útil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Hoy con Pepe sí bailo	Junio 2018	
Partido o coalición	Partido Revolucionario Institucional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=pTJYb36UX-s&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=263			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque comparativo	
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque generalizado	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus características o cualidades personales		Dirigido a Ricardo Anaya y Andrés Manuel
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		Satirización
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Ridiculización/ Comparación		En una canción hace una comparativa de forma chusca entre los candidatos
Procedencia de la campaña negativa	Partido en el gobierno		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Perdonar la corrupción NO es cambio	Junio 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=X1gpx-S_jog&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=264			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Ataque hacia propuestas de AMLO
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus propuestas		Ataca la propuesta de amnistía de AMLO
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación lógica		
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	<i>Backfire</i>		Utiliza las palabras dichas por AMLO en diversas entrevistas
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidatos rivales		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Anaya miente cuando dice que AMLO ya pactó	Junio 2018	
Partido o coalición	Movimiento Regeneración Nacional		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=1UZPtbmD6RU&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_plHCo2ojTLpzpcWcP&index=266			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	
	Explicitud del ataque	Ataque explícito	
	Especificidad del ataque	Ataque generalizado	
Ataque dirigido a un candidato			
Ataque dirigido a un partido político	Ataque a la asociación del partido con ciertas personas, dirigentes, grupos o sectores		Ataca al PRI y al PAN y su trayectoria reciente
Tipo de apelación utilizada	Apelación ética		Cuestiona la ética de ambos partidos
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Manipulación y tergiversación de la información	Factoides	Utiliza información parcialmente verdadera, atacándolos de pactar para dañar a México
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o miembros de la oposición		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Ya sabes quién, no carbura	Junio 2018	
Partido o coalición	Movimiento Ciudadano		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=f67mBz2Y-YM&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=286			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	Ataque simple	Satiriza a AMLO
	Explicitud del ataque	Ataque implícito	
	Especificidad del ataque	Ataque específico	
Ataque dirigido a un candidato	Ataque a sus características o cualidades personales		Cuestiona la capacidad de AMLO para gobernar
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	Apelación emocional		Genera miedo y desconfianza
Fuente que realiza el ataque	Una voz en <i>off</i>		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	Ridiculización		Hace una analogía entre AMLO y su edad con un coche viejo que ya no funciona bien.
Procedencia de la campaña negativa	Partidos o candidatos rivales		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	Sí contiene elementos de campaña negativa		

Nombre del Spot	Ricardo Anaya	Junio 2018	
Partido o coalición	Partido de la Revolución Democrática		
URL			
https://www.youtube.com/watch?v=7Z3betH4nwQ&list=PLjt9_vROnDEv1zZ_pHCo2ojTLpzpcWcP&index=290			
Variable	Indicador	Tipo	Descripción
Tipo de ataque	Calidad del ataque	No aplica	
	Explicitud del ataque	No aplica	
	Especificidad del ataque	No aplica	
Ataque dirigido a un candidato	No aplica		
Ataque dirigido a un partido político	No aplica		
Tipo de apelación utilizada	No aplica		
Fuente que realiza el ataque	No aplica		
Tácticas empleadas en la realización del ataque	No aplica		
Procedencia de la campaña negativa	No aplica		
Tipo de información negativa que se utiliza para realizar el ataque	Irrelevante o inútil para el debate público		
Conclusión	No contiene elementos de campaña negativa		