

### III CONGRESO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS ELECTORALES

#### Partidos, Elecciones y Calidad de la democracia en la globalización

#### Área Temática #13: Elecciones, encuestas y opinión pública

Coordinadores:

Jaime Rivera, Universidad Michoacana  
Araceli Mateos, Universidad de Salamanca

#### Mesa de Trabajo I: Tratamiento y análisis de encuestas preelectorales

Moderadores: Jaime Rivera (Universidad Michoacana, México) y Araceli Mateos (Universidad de Salamanca, España)

Comentarista:

Día: Miércoles 28 de octubre

Hora: 10:45 – 12:15

#### Boas administrações elegem candidatos? Uma análise do comportamento dos eleitores das capitais brasileiras nas eleições de 2008

Adriano Oliveira

Investigador

instituição Instituto Maurício de Nassau, Brasil

✉ [adrianopolitica@uol.com.br](mailto:adrianopolitica@uol.com.br)

Roberto Santos

Investigador

instituição Instituto Maurício de Nassau, Brasil

✉ [roberto.santos@rec.mauriciodenassau.edu.br](mailto:roberto.santos@rec.mauriciodenassau.edu.br)

Prefeitos bem avaliados são reeleitos? Prefeitos bem avaliados elegem os seus sucessores? Este artigo tem o objetivo de testar a hipótese, considerando as eleições municipais ocorridas no Brasil no ano de 2008, apresentada por Almeida (2008), qual seja: bons governos são reeleitos ou elegem os seus sucessores. Neste sentido, este artigo traz à tona os resultados eleitorais das capitais brasileiras no ano de 2008. Inicialmente, verificou-se, quantitativamente, se existe associação entre boa avaliação da administração municipal e sucesso eleitoral. Em seguida, considerando pesquisas qualitativas e quantitativas realizadas na cidade do Recife (capital do estado de Pernambuco), indicamos que previsões eleitorais podem ser realizadas com considerável probabilidade de sucesso quando considerada a hipótese de Almeida. O artigo conclui que a variável “*administrações bem avaliadas*” importa na previsão do resultado de um pleito eleitoral.

**Sobre la participación ciudadana en las elecciones federales de México, 2009**

Ricardo de la Peña

Investigaciones Sociales Aplicadas, S.C. ISA, México

✉ ricartur@prodigy.net.mx

En las elecciones para diputados federales a celebrarse en julio del 2009, se espera se presente un fenómeno de elevada abstención a las urnas, igual al ocurrido seis años antes o inclusive superior. ¿Cómo evaluar este fenómeno? Una primera forma de aproximación posible es la caracterización de quiénes acudieron y quienes se ausentaron de las urnas. Para ello, se contará con dos fuentes primarias de datos a los que es posible recurrir: la información histórica electoral y las encuestas. Considerando la temática en la que se inscribiría, una primera reflexión abordaría el problema de estudio de la participación a través de encuestas preelectorales, abordando problemas de validez y fiabilidad de estos instrumentos para fines de detección de propensiones a concurrir a votar.

En un segundo punto y para caracterizar la concurrencia a las urnas en las elecciones bajo atención, se analizarían resultados de una serie de encuestas previas a las elecciones, buscando detectar cambios en los niveles de información, atención y propensión a votar de los electores, diferenciados por segmentos relevantes para su estudio. Además, de contarse con una encuesta a votantes a la salida de casillas (que tiene programado realizar la empresa Investigaciones Sociales Aplicadas conjuntamente con GEA), se dispondrá de datos fehacientes sobre distribución del sufragio según variables sociodemográficas como sexo, edad y escolaridad, que permitan estimar tasas de participación conforme a estas variables, además de algunas otras variables referidas a las opiniones ciudadanas (situación y expectativas en economía y seguridad, evaluación de la labor de gobierno, entre otras).

En tercer lugar, se buscaría una aproximación a la detección de patrones de concurrencia a las urnas en razón a diversos indicadores a construir con base en el análisis de los datos oficiales de votación para las elecciones de diputados federales en 2003, 2006 y 2009 a nivel de sección, que permitan estimar las tasas de votación a este nivel y para diversos agregados (región, circunscripción, condición urbana, partido en el gobierno estatal, concurrencia de procesos locales) y cotejar su comportamiento con diversos indicadores de competitividad (margen de victoria, número de partidos, partido ganador), con miras a reconocer factores que inciden en la participación electoral. Se aplicaría para ello un modelo previamente probado que permite diferenciar la volatilidad derivada de cambios en participación de aquella propiciada por giros en el sentido del voto.

**Los conteos rápidos en las elecciones mexicanas desde 1994**

Rubén Hernández Cid  
Instituto Tecnológico Autónomo de México, México  
✉ hernande@itam.mx

Las encuestas electorales en México no comienzan con la fundación del Instituto Federal Electoral (IFE) ni con los Institutos Electorales Estatales (IEE) pero, es a partir de la creación de estas instituciones que su aporte adquiere una relevancia particular. Las encuestas pre electorales así como las encuestas de salida y aún los conteos rápidos suelen ser realizados por empresas privadas o universidades y otras instituciones de educación superior o centros de investigación. El IFE ha realizado conteos rápidos desde 1994 con objetivos y resultados diversos. Este tipo de investigaciones, en general, no ha contado con el apoyo de todos los partidos y su ejecución frecuentemente se ha visto contestada por diversos actores políticos. En este trabajo se presenta una revisión histórica y técnica de los conteos rápidos del IFE en las elecciones de 1994, 2000, 2003 y 2006 así como de algunos IEE especialmente se incluye el caso del Instituto Electoral del Distrito Federal.

**Mesa de Trabajo II: Actitudes políticas y opinión pública**

Moderadores: Jaime Rivera (Universidad Michoacana, México) y Araceli Mateos (Universidad de Salamanca, España)

Comentarista:

Día: Miércoles 28 de octubre

Hora: 12:15 - 13:45

**Elecciones intermedias y presidenciales: una medición de la opinión ciudadana sobre precandidatos en el distrito federal, México**

María de Lourdes Fournier G.

Profesora-investigadora

Universidad Autónoma Metropolitana campus Xochimilco, México

✉fournier@correo.xoc.uam.mx

Claudia Ortiz G.

Profesora-investigadora

Universidad Autónoma Metropolitana campus Xochimilco, México

✉cortiz@correo.xoc.uam.mx

Gonzalo Rosado B.

Coordinador centro de cómputo

Universidad Autónoma Metropolitana campus Xochimilco, México

✉gonzalar@correo.xoc.uam.mx

El objetivo principal de este trabajo es analizar la forma en que el ciudadano común del Distrito Federal, representado por tres muestras obtenidas en marzo y noviembre de 2008 y marzo de 2009, valora las habilidades administrativas y de gestión de una lista de 12 actores políticos del momento. Desde la gobernanza la opinión de los ciudadanos es esencial en la toma de decisiones de los asuntos públicos para lograr la gobernabilidad.

Los aspectos teórico-metodológicos del trabajo se presentan de la siguiente manera: en la primera parte se expondrán los principales elementos teóricos y analíticos del enfoque de gobernanza, con apoyo en el método estadístico y la teoría *grounded* o aterrizada para lo cualitativo. La segunda se centrará en analizar las evaluaciones a los políticos agrupados de acuerdo con su filiación, en el caso de los candidatos potenciales, o de su historial para quienes se mueven alrededor del proceso, como el actual presidente de la República Mexicana o el expresidente Salinas, y su explicación bajo el paradigma propuesto, a partir de los resultados de las tres encuestas sobre política en el Distrito Federal, realizadas por el Gabinete de Encuestas por Muestro (GEM) de la Universidad Autónoma Metropolitana campus Xochimilco.

**Infancia, adolescencia y actitudes políticas**

Anna M. Fernández Poncela  
Universidad Autónoma de México, México  
✉ fpam1721@correo.xoc.uam.mx

La ponencia es una revisión de las actitudes políticas de infantes y adolescentes en la actualidad, a través del análisis de una encuesta aplicada en instituciones educativas del sur de la ciudad de México, a tal efecto. En general se dibuja el panorama de lo que niños y niñas y jóvenes de ambos sexos sienten y opinan sobre la política formal, así como, su mirada y percepciones sobre la misma. También se compara con su visión en otras épocas y si les interesaría participar en dicho espacio.

**Evaluaciones ciudadanas sobre la impartición de justicia y legalidad en democracias iliberales latinoamericanas**

Sabina Morales Rosas  
Universidad Humboldt Berlin, Alemania  
✉ sabymr@gmail.com

Las democracias iliberales, el tipo más común en América Latina, son regímenes caracterizados por deficiencias tanto en la configuración como en el funcionamiento del estado constitucional, los constreñimientos institucionales tienen bajo impacto en el comportamiento de los actores gubernamentales con comparación con otro tipo de democracias, especialmente en lo que atañe al control judicial sobre los poderes ejecutivo y legislativo. En la ponencia se analiza la relación entre lo que reflejan las actitudes ciudadanas hacia la legalidad, la confianza en las instituciones encargadas de la impartición de justicia, así como su relación con los valores liberales, y aquello que caracteriza formalmente a los regímenes iliberales. Todo ello para dar cabida a la discusión de las consecuencias del funcionamiento del Estado de Derecho en la calidad de las democracias latinoamericanas.

**Revisitando a classe no discurso político: será que este interessa aos participantes?**

Paula do Espírito Santo  
Universidade Técnica de Lisboa, Portugal  
✉ epsanto@iscsp.utl.pt

O discurso político constitui uma base importante na compreensão acerca das preocupações e objectivos da opinião pública. Também o discurso político tem na sua base a definição de metas e objectivos de modo a impactar a opinião pública e a responder às necessidades dos cidadãos. Em termos metodológicos seleccionaremos um corpus de discursos políticos e procuraremos analisar o impacto da classe social naqueles, uma variável tradicional no comportamento político e eleitoral. A base metodológica deste estudo é a técnica de análise de conteúdo, a qual será aplicada numa perspectiva socio-política, utilizando um processo de categorização como ponto de partida para a organização do corpus de análise. Com este estudo procuramos atender à importância dos diferentes grupos de segmentação da opinião pública, focalizando a classe social, tal como está reflectida no discurso político. Procuraremos ainda vislumbrar a importância da possível segmentação do discurso político, em termos da sua importância para a percepção pública da realidade, no que se refere às suas preocupações e objectivos inerentes.

**Mesa de Trabajo III: Herramientas en la predicción y estimación de voto**

Moderadores: Jaime Rivera (Universidad Michoacana, México) y Araceli Mateos (Universidad de Salamanca, España)

Comentarista:

Día: Miércoles 28 de octubre

Hora: 16:00 – 17:30

**Evaluación del nivel de precisión de las encuestas pre-electorales publicadas en España con motivo de las elecciones generales de 2008**

Sara Pasadas del Amo

Investigadora

Instituto de Estudios Sociales Avanzados, España

✉ [spasadas@iesa.csic.es](mailto:spasadas@iesa.csic.es)

Tras el sonado fracaso de las encuestas en la predicción de los resultados de las elecciones presidenciales de EEUU en 1948, el Social Science Research Council encargó a un comité de expertos la revisión y evaluación de los métodos empleados en las encuestas electorales. Uno de los principales resultados de este informe es la propuesta del estadístico Frederick Mosteller de ocho métodos para medir los errores en las predicciones electorales. Desde entonces, los indicadores propuestos por Mosteller, y otros desarrollados posteriormente, han sido empleados para determinar el nivel de precisión de las encuestas realizadas con motivo de diversas citas electorales. El objetivo de esta ponencia es analizar la aplicabilidad de estas medidas al caso español y evaluar el nivel de precisión de las encuestas pre-electorales realizadas en nuestro país. Para ello, analizamos los resultados obtenidos por las encuestas pre-electorales publicadas con motivo de las elecciones generales de 2008 en España.

**Predicción de escaños en la noche electoral mediante mesas representativas**

Ana Martín Arroyuelos  
Profesora  
Universidad del País Vasco, España  
✉ ana.martin@ehu.es

Karmele Fernández Aguirre  
Profesora  
Universidad del País Vasco, España  
✉ karmele.fernandez@ehu.es

Carlos García Iglesias  
Candidato a doctor  
Universidad del País Vasco, España  
✉ mangugar\_6@hotmail.com

En la noche electoral, una vez que se cierran los colegios, existe un gran interés en estimar el número de escaños obtenidos por cada partido. Si los datos que llegan en la fase más temprana del proceso fuesen aleatorios, se podrían considerar como una muestra representativa de la población y las estimaciones realizadas a partir de ellos podrían considerarse adecuadas. Sin embargo el orden de llegada de la información no es aleatorio en absoluto, y las estimaciones así obtenidas suelen estar bastante alejadas de los resultados que finalmente se obtienen.

En este trabajo se parte de un método alternativo para predecir tales escaños: el de las mesas representativas. Dicho método consiste en seleccionar un grupo de mesas, de tal forma que con el conocimiento de los resultados electorales obtenidos en ellas se llegue a una predicción suficientemente aproximada del reparto final de escaños. Para la obtención de estas mesas representativas se utilizan diferentes medidas de distancia entre los resultados de cada mesa y los globales. El problema con la utilización de este método es que, a priori, no se sabe cuál es el número de mesas representativas que se deben considerar en cada circunscripción. Es evidente que si el número es muy pequeño, una variación en el sentido del voto en una de las mesas consideradas puede conllevar un error grande en la estimación; por otro lado, si se incluyen demasiadas mesas, las últimas no serán tan “representativas” como debieran, lo que de nuevo puede incrementar los errores de estimación. El objetivo de este trabajo consiste en determinar si existe una pauta acerca de cuál es el porcentaje adecuado de mesas representativas que se deben escoger para que la estimación sea lo más precisa posible.

Para ello, se ha considerado la información obtenida a lo largo de los últimos ocho sufragios electorales para la provincia de Bizkaia, considerándola por una lado como circunscripción única y por otro como dividida en cuatro circunscripciones. En cada caso, para la elección del grupo de mesas representativas, se ha recabado la información de los cuatro comicios previos, de tal modo que se conoce el comportamiento del método en las últimas cuatro elecciones; esto supone un total de 20 escenarios diferentes (cuatro circunscripciones y circunscripción única por cada uno de los cuatro últimos comicios), que aunque no consideramos que sea un número suficientemente grande como para poder extraer resultados concluyentes, sí sirven para arrojar evidencia relevante sobre el porcentaje adecuado de mesas a escoger.

## **El proceso mental del entrevistado en las respuestas a las preguntas de recuerdo e intención de voto**

José Antonio Gómez Yáñez  
Universidad Carlos III, España  
✉ joseantonio.gomez@es.millwardbrown.com

La idea de fondo de esta ponencia es ofrecer un marco para entender los sesgos de las respuestas sobre recuerdo e intención de voto en las encuestas políticas. Tales sesgos están en la raíz de los errores en las estimaciones de voto previas a las elecciones. La ponencia analiza los factores que las distorsionan desde la perspectiva de la psicología del entrevistado y describe seis modelos de comportamiento en los que los sesgos operan de forma distinta, porque los entrevistados reaccionan de distinta manera a las preguntas. Es decir, se excluyen los sesgos derivados de la muestra, trabajo de campo, etc.

La ponencia se basa en el material empírico proporcionado por los barómetros del CIS desde 1977, es decir, más de 350 estudios. Durante estos 30 años largos, los comportamientos de los votantes a los distintos partidos, en sus respuestas a las preguntas de intención de voto y recuerdo de voto, han sufrido vaivenes, que han introducido incertidumbre en el pronóstico sobre los resultados electorales.

Dicho de otra manera, los sesgos en las respuestas a estas preguntas se alteraban en función de determinados acontecimientos de diversa naturaleza y de las transformaciones de la relación de los votantes con su partido. Para paliar estos vaivenes se han aplicado diversos sistemas de estimación de voto, que llamativamente parecen ignorar la psicología de los encuestados.

Para reducir el impacto de estos vaivenes en las estimaciones es preciso conocer a qué se deben las imprecisiones en las respuestas, y si es posible, encuadrarlas en algún modelo teórico que permita comprenderlas y manejarlas. A partir de este análisis será posible mejorar la calidad de las estimaciones de voto. Llamativamente, este tema central, no es objeto de un debate teórico, quizá por la dificultad de acumular material empírico para su análisis.

La ponencia mostrará la ambigua naturaleza del indicador “recuerdo de voto”. Es decir, el recuerdo de voto aparece en muchas ocasiones más que como un indicador independiente y objetivo (*factual*), como un indicador de la vinculación o desvinculación del votante con su partido. Es decir, en vez de la ingenua visión del investigador que, en la mayor parte de los casos, pretende obtener con el recuerdo de voto una respuesta “verídica” sobre el comportamiento electoral anterior del entrevistado, en realidad las cosas son más complejas, y no responden al patrón socorrido del agrado al entrevistador, que se argumenta en incluso en trabajos de los más reputados autores. Esto es, el recuerdo de voto oscila con la intención de voto y cambia en función de coyunturas o expectativas políticas percibidas por el entrevistado.

**Análisis Comparativo de Modelos Estadísticos en Ciencia Política: Límites y Oportunidades de Redes Neuronales en Análisis Electoral**

Mónica Salinero

Universitat de Barcelona, España

✉ msalinero@hotmail.com

Actualmente, existen nuevas herramientas estadísticas basadas en Inteligencia Artificial (IA), de las cuales el uso de un tipo específico -las *Redes Neuronales Artificiales* (RNA)- se está extendiendo en las ciencias en general y en el ámbito de las ciencias sociales, especialmente en la economía. Por ello, se ha estimado conveniente comparar el desempeño de dos modelos estadísticos para el análisis electoral en base a encuestas, de modo de conocer las ventajas y desventajas de la introducción de esta nueva técnica, contrastar sus capacidades para determinar los factores intervinientes en relaciones complejas y contrastar la mejor capacidad predictiva que se observa para las RNA en otras áreas. Para ello, junto a las RNA, se utiliza el modelo Logit.

**Mesa de Trabajo IV El contexto en las explicaciones del comportamiento electoral**

Moderadores: Jaime Rivera (Universidad Michoacana, México) y Araceli Mateos (Universidad de Salamanca, España)

Comentarista:

Día: Miércoles 28 de octubre

Hora: :18:00 – 19:30

**Factores contextuales subestatales y participación electoral**

Aina Gallego

Doctora

Universidad Autónoma de Barcelona, España

✉ aina.gallego@uab.es

Eva Anduiza

Profesora Titular

Universidad Autónoma de Barcelona, España

✉ eva.anduiza@uab.es

Joan Font

Profesor-Investigador

Consejo Superior de Investigaciones Científicas, España

✉ joan.font@cchs.csic.es

Guillem Rico

Profesor

Universitat Pompeu Fabra, España

España

✉ guillem.rico@upf.edu

La influencia de los factores contextuales a la hora de explicar los niveles de participación en distintos países ha sido ampliamente demostrada. Sin embargo, se ha investigado mucho menos cuál es el efecto del contexto político e institucional subestatal, sobre todo fuera de EEUU. La idea de este trabajo es demostrar que a estos niveles también hay importantes variables que actúan como incentivo o como barrera a la participación electoral y que la importancia de este tipo de variables puede ser distinta según el tipo de elección del que se trate (locales, autonómicas, generales, europeas). La ponencia se centrará en el rol que juegan tres características contextuales a nivel subestatal, el número de partidos, la competitividad y la proporcionalidad, a partir de datos del caso español. Primero exploraremos el efecto de estas variables a nivel provincial y autonómico sobre los datos electorales y después analizaremos su interacción con características y motivaciones individuales, utilizando datos de encuesta de procesos electorales recientes.

## **El comportamiento dual y sus condicionantes en España**

Clara Riba Romeva

Profesora

Universitat Pompeu Fabra, España

✉ clara.riba@upf.edu

Los estudios electorales han tratado extensamente el cambio que se observa en los resultados de elecciones distintas en las que participa un mismo electorado. Conceptos como el de voto oscilante (*swing vote*) o voto dividido (*split vote*) han sido desarrollados en el ámbito anglosajón para referirse a ellos. Sin embargo, en España se da un nuevo fenómeno, que los estudiosos han llamado comportamiento dual, que se distingue de los anteriores porque el cambio en el comportamiento electoral de los ciudadanos está relacionado con el ámbito territorial de la competición política. La comunicación que se presenta analiza el volumen del comportamiento dual en varias comunidades autónomas españolas y explora sus causas en una de ellas. El análisis causal del voto dual se centra en Cataluña por ser la comunidad autónoma donde el comportamiento dual tiene una mayor presencia y en la que se dispone de datos de encuesta que permiten contrastar las distintas hipótesis planteadas.

## **El voto de los mexicanos desde el extranjero. Un análisis con base en encuestas**

Jaime Rivera Velázquez

Universidad Michoacana, México

✉ jriverav@prodigy.net.mx

Desde hace varias décadas México experimenta procesos de emigración masiva, principalmente a los Estados Unidos de América. Varios millones de mexicanos que trabajan y viven en Estados Unidos, al mismo tiempo que conservan fuertes vínculos con sus familias y pueblos de origen, propiciaron que diversas agrupaciones de migrantes demandaran la aprobación del derecho al voto de los mexicanos desde el extranjero. Al fin las reformas llegaron. En 2006 por vez primera los mexicanos residentes en el extranjero tuvieron oportunidad de participar en la elección de presidente de la República; y en 2007, en el Estado de Michoacán se aprobó una reforma semejante para permitir a los conciudadanos votar desde el exterior en la elección del gobernador del estado.

En ambos casos, la participación electoral desde el extranjero fue extremadamente reducida, mucho más baja de la que auguraban los promotores de la reforma y la que esperaban las propias autoridades electorales. Un medio útil para explicar ese fenómeno es la encuesta entre los propios ciudadanos migrantes. Qué tanto les interesa votar, cuál vía de voto les parece adecuada, qué otras preocupaciones tienen, cuál es su condición migratoria, con qué frecuencia visitan su país o su estado natal, por cuál medio se informan de los acontecimientos de su tierra de origen, entre otros, son indicadores que pueden arrojar luz sobre los verdaderos motivos de los ciudadanos migrantes para votar o no votar.

**Campañas, Redes de Discusión y Volatilidad de las Preferencias políticas. Un Análisis de las Elecciones Mexicanas del 2006**

Gonzalo Castañeda

El Colegio de México, México

✉ sociomatica@hotmail.com

En este trabajo se analiza la campaña electoral para la presidencia de México en el 2006 a través de un modelo computacional basado en agentes (ABM). Con este tipo de metodología es posible estudiar formalmente la formación de preferencias a partir de redes de discusión política. Estos modelos de simulación permiten establecer una conexión entre la estructura y los fenómenos agregados mediante vínculos causales que van del contexto social a las decisiones individuales y de éstas al comportamiento colectivo.

Si bien existen algunos estudios previos que también conciben a la competencia electoral como un sistema adaptable complejo, el planteamiento aquí presentado resulta ser novedoso dado que se avoca a estudiar la volatilidad observada en las intenciones de voto en el transcurso de una campaña. Asimismo, el ABM incorpora simultáneamente procesos de contagio (interacción local, encuestas de opinión), procedimientos electorales (debates, escándalos) e incentivos (voto estratégico, análisis costo-beneficio de votar) que la literatura suele mencionar como críticos en la decisión de votar.

Una vez que las condiciones iniciales y los parámetros son calibrados con datos mexicanos, el trabajo muestra que ciertas regularidades estadísticas observadas a nivel distrital logran ser replicadas con el modelo. En particular, el modelo reproduce con gran exactitud la frecuencia de los porcentajes de voto recibidos por los tres candidatos principales. Asimismo, se presenta evidencia que señala que las redes de discusión y la injerencia sostenida de los medios de comunicación es crítica para caracterizar la volatilidad observada en la campaña.

**Mesa de Trabajo V: Los medios y las encuestas de opinión**

Moderadores: Jaime Rivera (Universidad Michoacana, México) y Araceli Mateos (Universidad de Salamanca, España)

Comentarista:

Día: Jueves 29 de octubre

Hora: 09:00 – 10:30

**Campañas y medios en la decisión de voto para alcalde**

Helcimara de Souza Telles

Profesora

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

✉ mara-telles@uol.com.br

Luiz Claudio Lourenço

Universidade Federal da Bahia, Brasil

✉ luiz.lourenco@uol.com.br

Tiago Storni Prata

Investigador

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

✉ tiagoprata@cedplar.ufmg.br

El objetivo de esta ponencia es analizar la identidad partidista y los determinantes del voto en elecciones municipales, caracterizadas por la fuerte presencia de variables de corto plazo y por nuevas tecnologías de campañas. Verificar la importancia de las variables clásicas – en especial la identificación partidista – como predictora del voto para alcalde. Los datos fueron recogidos durante el año de 2008, período de elecciones y campañas para alcalde, en Brasil. Procedimientos: Dos encuestas realizadas en la ciudad de Belo Horizonte, con los electores, en la primera y en la segunda vuelta, totalizando 1600 casos; técnicas cualitativas (grupos focales, siendo dos grupos de electores sin identidad partidista y tres grupos de electores identificados con el PT); entrevistas semiestructuradas con electores; paneles cuantitativos con estudiantes universitarios (600) ; acompañamiento diario del Horario Gratuito de Propaganda Electoral en la televisión y análisis de la cobertura de la prensa local (Jornal Em Tempo).

**Los medios de comunicación en la transición política mexicana. La opinión de los profesores universitarios de nivel superior de la Universidad Autónoma del Estado de México, campus Toluca, con relación a la reforma a la ley federal de radio y televisión 2006-2007**

José Antonio O'quinn Parrales  
Universidad Autónoma del Estado de México, México  
✉ Crisreyes2002@yahoo.com.mx

M<sup>a</sup> cristina Reyes Montes  
Universidad Autónoma del Estado de México, México  
✉

Eduardo Rodríguez Manzanares  
Universidad Autónoma del Estado de México, México  
✉ edu6274@yahoo.com.mx

En los últimos años, hemos podido observar una nueva configuración del sistema político mexicanos, desde la transición democrática con la alternancia política en diversos puntos del territorio nacional, la expresión de gobiernos divididos, en donde un partido político no controla todos los espacios de poder político, como una constante en los diferentes ámbitos de gobierno (federal, estatal y municipal), hasta la aparición del proceso de comunicación política, con la clara participación de los actores que la conforman: medios de comunicación, en particular los dueños de los medios, los periodistas y los partidos políticos, que intervienen y constituyen este proceso, como generadores de una opinión pública .

Es así como se puede observar la participación y avance que han tenidos estos actores políticos en acontecimientos importantes para la vida de la nación, como lo es el proceso que implicó y por el que caminó la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión en México, con un predominio abrumador de intereses de los dueños de los medios de comunicación, sobre todo los de la televisión (la acentuación del duopolio TV Azteca y Televisa) y los actores del gobierno (particularmente del Poder Ejecutivo y Legislativo Federal), en donde se privilegian los intereses económicos y político-electorales en una economía de libre mercado como la nuestra, sobre el interés social, siendo éste totalmente nulificado por las fuerzas políticas en el poder. En el presente trabajo se hace un análisis de la importancia que tiene la comunicación política en los sistemas democráticos y por supuesto se aborda la postura que expresan los profesores universitarios (Campus Toluca) ante la reforma a la Ley citada, así como la opinión que tienen sobre la relación de esta ley con la democracia y la comunicación política.

**Medios de comunicación y elecciones en la ciudad de México**

M<sup>a</sup> Carmen Arizmendi

Universidad Autónoma Ciudad de México, México

✉ carizmendi\_07@hotmail.com

Griselda Santana Casas

Universidad Autónoma Ciudad de México, México

✉ gris\_tigger22@hotmail.com

Erika Marlen García

Universidad Autónoma Ciudad de México, México

✉ arlenamo2002@yahoo.com.mx

Hoy en día se sabe que los medios de comunicación forman un papel importante en el proceso electoral, debido a que fungen como mediadores para que la sociedad decida a quién le otorgará su voto. Durante el proceso, los partidos políticos crean diversas estrategias de comunicación con la finalidad de dar a conocer sus propuestas, así como para conseguir sus objetivos sociales. Por consiguiente, la televisión -siendo uno de los medios con mayor audiencia-, ha sido considerada por los partidos políticos una de las principales fuentes de información. El manejo de información así como el resultado de estos procesos electorales, se reflejan con anticipación por medio de un análisis de corte cuantitativo, en el que la opinión pública, refleja el corolario que producen las constantes transmisiones de spots electorales. Así mismo, no dejamos de lado el análisis cualitativo, porque también muestra algunos de los factores esenciales para conocer la postura de la sociedad ante las elecciones.

Por lo cual, la presente ponencia tiene como propósito dar una visión de cómo actúan los medios de comunicación, en torno a las próximas elecciones por medio de los spots televisivos. Con esta ponencia se pretende conocer también, la labor que ejerce la opinión pública dentro y fuera de este proceso.

**Análisis de la opinión pública, a partir de la imagen proyectada en los medios impresos por candidatos a diputados federales en los distritos de Puebla, México durante 2009**

Jorge Luis Castillo Durán

Benemérita Universidad Autónoma De Puebla, México

✉ cast\_duran@yahoo.com

José de Jesús Esparza Bautista

Benemérita Universidad Autónoma De Puebla, México

✉ esparzajose@yahoo.com

La presente ponencia tiene como finalidad presentar los resultados derivados del análisis de la imagen pública, que proyectan los candidatos de los partidos políticos contendientes a cuatro diputaciones para los distritos federales del municipio de Puebla, México, a partir de la revisión de cuatro aspectos básicos: el manejo de medios por parte de los candidatos, la coherencia del discurso respecto a la plataforma electoral del partido político postulante, el análisis editorial de parte de reporteros y periodistas respecto a los candidatos y sus partidos políticos, así como del espacio otorgado para la cobertura de los candidatos por parte de los medios impresos. Lo anterior, incluye un abordaje metodológico desde la perspectiva de la

mercadotecnia política, proponiendo un análisis de los elementos insertos en el manejo de medios impresos, incluyendo la revisión de aspectos como la inteligencia emocional, dominio del tema y manejo de mensajes puntuales entre otros, además de la realización del análisis de contenido de los mensajes y propuestas y, consecuentemente la cobertura y el interés que les prestan los medios impresos, identificando el impacto específico que lo anterior genera en la opinión pública y en la cantidad de sufragios que obtengan los candidatos de cada partido político.

En este sentido es necesario reconocer la presencia preeminente de dos partidos políticos que han obtenido el triunfo en los recientes procesos electorales a nivel federal a partir del año 2000, incluyendo los procesos de los años 2003 y 2006, siendo éstos los partidos revolucionario institucional y acción nacional, por lo que la atención principal se centrará en ellos. La información disponible para el presente análisis consiste en la publicación en medios impresos durante la campaña electoral que transcurre entre los meses de Mayo y Junio del año 2009, para contar con dicha información se realizará un monitoreo de medios, así como el análisis de las plataformas electorales de cada partido político y las diferentes menciones o editoriales que sean publicadas en medios impresos durante el periodo señalado.

Los resultados previstos otorgaran elementos para identificar la correspondencia de la imagen proyectada con la opinión pública, que se expresa de manera contundente en el número de votos recibido por los candidatos de los partidos políticos en contienda, ofreciendo espacios para el análisis y la reflexión de los temas electorales.

### **Encuestas, medios y votos. Una relación tan estrecha como inocua**

Daniel Cabrera

Universidad de Buenos Aires, Argentina

✉ dcabrera@fibertel.com.ar

Las encuestas se han convertido, en las últimas décadas, en un actor más de los procesos electorales en las democracias de los países de Sudamérica, la Argentina entre ellos.

Excepción hecha de los votantes y de algunos pocos expertos, el resto de los participantes de las contiendas electorales asignan a los sondeos de opinión una capacidad predictiva de tal magnitud que pareciera convertirlos en los oráculos de la modernidad. Por otra parte, su (aparente) poder de persuasión y manipulación y, contradictoriamente como se verá, algunos yerros en pronósticos electorales surgidos a partir de datos de encuestas, ponen en tela de juicio la técnica misma.

Sin embargo, la contingencia de que las encuestas de opinión pública influyan en los electores orientando su voto, remite -al menos- a la capacidad de los medios de comunicación masiva para surtir algún efecto en las audiencias y, por lo tanto, a su posible influencia en la percepción ciudadana respecto de los partidos políticos, las elecciones y la democracia.

El trabajo que se resume traza una somera descripción acerca de los diferentes grupos de teorías que, en diferentes épocas, intentaron brindar explicaciones respecto del impacto de los medios en el público.

En una segunda parte, se exploran las críticas que se efectúan sobre los sondeos y se especula con las diferentes posibilidades de reacción de los votantes frente a la publicación de resultados de encuestas electorales.

La conclusión relativiza el papel de los medios y, especialmente, de las encuestas como formadoras de opinión, al menos en lo que se refiere a la orientación del elector, y sugiere una variada gama de respuestas por parte de la opinión pública frente a la divulgación de resultados de sondeos electorales.