



Ciudad de México a 29 de junio 2006

COMUNICADO PARA PRENSA

- **LOS PROGRAMAS ESTATALES ESTÁN SIENDO UTILIZADOS PARA LA COMPRA Y COACCIÓN DEL VOTO, EN UNA PROPORCIÓN DOBLE que los programas Federales,**
- **Entre los programas federales, el programa de Empleo Temporal sobresale como el más utilizado para la compra y coacción del voto**
- **Edo. De México, Guerrero y Sinaloa con mayor número de irregularidades asociadas a la compra de votos.**
- **La coacción se presenta en mayor proporción en Chiapas, Oaxaca y Sinaloa.**
- **5.7% de los entrevistados reportan que se les ha solicitado la credencial para votar. Con mayor incidencia en los programas estatales.**
- **La guerra sucia y la confrontación entre candidatos caracterizaron el proceso electoral en su conjunto.**
- **Violencia verbal, ilegalidad, injerencia del Ejecutivo, debilidad del IFE, desorientación al electorado, en gastos de precampañas y campañas, y coacción del voto, presentes en el proceso electoral.**
- **No solo son delitos electorales sino violación a los derechos humanos.**

Aún con el avance electoral registrado en los procesos electorales, hay evidencias de que persiste la utilización de recursos públicos, particularmente de los programas sociales, para presionar o coaccionar el voto ciudadano.

Por ello, Alianza Cívica en coordinación con 25 organizaciones de 22 estados del país está realizando el monitoreo de 4 programas federales: Oportunidades, Seguro Popular, Procampo, Programa de Empleo Temporal y algunos otros de carácter estatal entre los que se encuentran: Adultos Mayores, Programa de Alimentación del DIF (Despensas), Piso Firme, entre otros.

Para el monitoreo de Programa sociales, se diseñó un instrumento que indaga sobre:

- El conocimiento de los beneficiarios sobre sus derechos y la operación del programa en que participan

- Incidencia de acciones de compra y coacción del voto.
- Conocimiento sobre irregularidades relacionadas a la jornada electoral.

En el periodo comprendido del 24 de abril al 26 de junio, se han aplicado 10,054 encuestas en 182 municipios de 22 estados del país de los cuales 98 son gobernados por el PRI, 41 por el PAN, 30 por el PRD, 4 por el PT, 2 por convergencia, 2 por el PVEM, 1 por el sistema de Usos y Costumbres y otro más por una Coalición PAN-PRD.

De los 10,054 beneficiarios de los programas sociales monitoreados que fueron entrevistados:

- 55 de cada 100 son beneficiarias del Programa Oportunidades.
- 18 de cada 100 son beneficiarios del Programa al SEGURO POPULAR
- 14 de cada 100 son beneficiarios del Programa PROCAMPO
- 12 de cada 100 son beneficiarios del Programa Programas Estatales.
- 1 de cada 100 del Programa de Empleo Temporal

Resultados

1. Compra del voto

Cuando los programas operan según las reglas de operación y no hay margen de utilización electoral; se llegan a utilizar los espacios o reuniones de los beneficiarios de los programas sociales para ofrecerles otros obsequios para conseguir votos, de aquí la intención de preguntarles a los beneficiarios si les han ofrecido otras dádivas.

6.3 % DE LOS ENTREVISTADOS AFIRMA HABER RECIBIDO ALGUN TIPO DE COMPRA DE VOTO, PRINCIPALMENTE PROMESAS DE INCORPORACIÓN A NUEVOS PROGRAMAS, SI VOTA POR UN DETERMINADO PARTIDO POLÍTICO.

De los cuales tenemos:

Tipo de compra	Casos*
a) Le han entregado nuevos apoyos o le han ofrecido que lo harán.	514
b) Le han pedido su credencial de elector a cambio de un beneficio adicional como regalos o servicios	198
c) Le cambiarán su boleta en blanco por dinero o regalos	13
d) Le darán dinero o regalos a cambio de votar por un partido	42

Sobresale que el ESTADO DE MÉXICO Y GUERRERO son los estados que tienen un mayor porcentaje de ACCIONES DE COMPRA DEL VOTO, como lo podemos ver en la siguiente tabla:

* Algunos de estos casos pueden repetirse en varios incisos

Estado	Entrevistas	Compra	% en relación a las aplicadas
México	636	181	28.5
Guerrero	194	41	21.1
Sinaloa	553	81	14.6
Veracruz	390	49	12.6

De acuerdo a las entrevistas realizadas, un hallazgo importante es que LOS PROGRAMAS ESTATALES ESTÁN SIENDO UTILIZADOS EN UNA PROPORCIÓN DOBLE que los programas Federales, como lo vemos en la siguiente tabla.

Programa	Compra	Beneficiarios	Porcentaje
Empleo Temporal	19	103	18.4
Procampo	81	1406	5.8
Oportunidades	294	5435	5.4
Seguro Popular	90	1778	5.1
Total Prog. Federales	484	8722	5.5
Estatad	146	1286	11.4

Como vimos en la tabla anterior, el programa Empleo Temporal, destaca como el programa con mayor utilización con prácticas de compra del voto, pues de todas las personas entrevistadas, el 17% declara que le han ofrecido nuevos apoyos (Principalmente Despensas) a cambio de asistir a un mitin; así mismo, el 14% (no necesariamente los mismos) declara que le han pedido su credencial de elector con la promesa de recibir algún regalo o servicio.

Pensamos que en el caso de este programa puede establecerse un patrón ya que esta práctica ha sido reportada en todos los estados donde se han levantado entrevistas como son: Aguascalientes, Veracruz, Coahuila, Tlaxcala, Estado de México. Además, señalamos que sólo en este programa resalta la participación de LOS PARTIDOS POLÍTICOS como PRINCIPALES RESPONSABLES de la compra del voto.

Esta información coincide con el Programa de Naciones Unidas donde señala que este programa es el más vulnerable para ser utilizado con fines partidistas.

2. Coacción del voto.

El voto es libre y los programas sociales son un derecho, de aquí la intención de preguntar a los beneficiarios de los programas sociales si están siendo coaccionados para votar por algún candidato o partido político, a través de diferentes mecanismos.

6.5% DE LOS ENTREVISTADOS DICE HABER SIDO COACCIONADO/ AMENAZADO PARA VOTAR POR UN PARTIDO POLÍTICO.

En orden de irregularidades detectadas en general sobresalen: En primer lugar: Actores municipales: agente rural, sindico, personal del ayuntamiento, síndicos, regidores, ex regidores, presidentes municipales; personal del Centro de Salud: Doctores/as, Enfermeras y finalmente los maestros.

En orden de irregularidades detectadas *por estado* destaca:

Estado	Entrevistas	Coacción	Porcentaje
Chiapas	323	71	22.0
Oaxaca	233	51	21.9
Sinaloa	553	104	18.8
México	636	106	16.7

Nuevamente, los PROGRAMAS ESTATALES son los que muestran una mayor tendencia en su utilización para coaccionar a la ciudadanía CASI EN PROPORCIÓN DOBLE a los programas Federales

Programa	Entrevistas	Coacción	Porcentaje
Empleo Temporal	103	8	7.8
Oportunidades	5435	343	6.3
Procampo	1406	89	6.3
Seguro Popular	1778	68	3.8
Total Prog. Federales	8722	508	5.8
Estatal	1286	135	10.5

El programa de Empleo Temporal, -aunque en menor escala que la compra del voto- resulta ser el programa con mayor porcentaje en prácticas de coacción del voto. Sin embargo, los programas como Oportunidades y Procampo aumentan el número de incidentes para este tipo de prácticas.

En la mayoría de los casos es una *Autoridad Municipal: responsable del Programa, Síndico, Regidor e incluso el Presidente Municipal*, son quienes ejerce la presión; de ahí se refuerza que en programas Federales tenemos al frente el PRI, en segundo lugar el PAN, tercero el PRD, CONVERGENCIA, PARTIDO DEL TRABAJO Y PARTIDO VERDE ECOLOGISTA DE MEXICO. Y con los programas estatales, sobresale el Partido Nueva Alianza.

3. Credencial de elector

La práctica de solicitar la credencial de elector, lleva un mensaje a la población: "Ya me diste tu voto" o "aseguro que el 2 de julio votes por mí", por lo que nuestro estudio muestra que

5.6% DE LOS CIUDADANOS/AS ENTREVISTADOS DICEN HABERLES PEDIDO SU CREDENCIAL O COPIA A CAMBIO DE APOYOS NUEVOS O CON LA AMENAZA DE QUE SI NO LO HACEN PODRÍAN DEJAR DE SER BENEFICIARIOS DEL PROGRAMA.

Programa	Credencial	Entrevistas	Porcentaje
Empleo Temporal	17	103	16.5
Procampo	80	1406	5.7
Seguro Popular	95	1778	5.3
Oportunidades	233	5435	4.3
Total Prog. Fed.	425	8722	4.9
Estatal	142	1286	11.0

Resulta significativo que nuevamente el Programa de Empleo Temporal tiene el mayor porcentaje de incidentes y que el programa Oportunidades haya descendido a un cuarto lugar en los programas Federales. Además, los programas Estatales son los que están siendo utilizados un una proporción mayor al doble en relación a los Federales.

4. Conocimiento de los derechos de los beneficiarios del programa 7 DE CADA 10 NO SABE CÓMO, DÓNDE Y CON QUIÉN PRESENTAR UNA QUEJA, ANTE IRREGULARIDADES DEL PROGRAMA

Cabe señalar que, los beneficiarios del Programa de Empleo Temporal son los que en el 92% de los casos de los entrevistados, no saben como presentar una queja; esto contrasta con los resultados que arroja el programa Oportunidades, pues en este caso sólo el 5% dice no saber.

Esto nos habla de la percepción de la ciudadanía en relación al papel que representan los Gobiernos Municipales como *intermediarios* con los responsables de Programas Sociales es fundamental y que instancias como la FEPADE o la Secretaría de la Función Pública no han logrado posicionarse como un referente para el ciudadano.

5. Uso preferencial del programa.

Los programas sociales se financian con recursos públicos, son un derecho de la ciudadanía y no una prerrogativa de los partidos políticos, para comprar o coaccionar el voto. Este apartado pretende saber si se está dando preferencia a simpatizantes de los partidos políticos para incorporarlos al padrón de beneficiarios o entregarles los apoyos que ofrece el programa.

En relación a las preguntas “usted cree que los apoyos sociales se dan principalmente a simpatizantes de algún partido” y la pregunta “Alguna vez ha visto que se utilice el nombre del programa para promover algún candidato o partido político”:

9 DE CADA 100 ENTREVISTADOS AFIRMA QUE SE EL PROGRAMA SE DA A SIMPATIZANTES DE UN PARTIDO Y QUE SE ESTÁ HACIENDO USO DEL PROGRAMA CON FINES ELECTORALES.

De éstos, la mayor cantidad dice que es a favor del PRI, en segundo lugar del PAN y en tercer lugar del PRD.

Cabe resaltar que, en orden de irregularidades detectadas por programa es en primer lugar Programa de Empleo Temporal, Seguro Popular, Programas Estatales, PROCAMPO y Oportunidades.

Frente a esto, **4 DE 100** AFIRMA QUE **ES LEGAL** UTILIZAR LOS PROGRAMAS CON FINES POLÍTICO-ELECTORALES; lo que nos habla de un espacio de vulnerabilidad para realizar prácticas de compra y coacción del voto.

“Caleidoscopio Ciudadano”

Alianza Cívica, a partir del análisis discursivo de las intervenciones en los medios de comunicación con mayor penetración en incidencia en el electorado, durante el periodo comprendido entre el 15 de marzo al 22 de junio, realizó el monitoreo del comportamiento ético democrático de los actores políticos a través del proyecto denominado **Caleidoscopio Ciudadano**.

Se observaron 7 grupos de actores, acumulando un total de 3839 registros de Partidos y Candidatos, Instituciones gubernamentales, Grupos de Presión, Organizaciones Sociales, Medios de Comunicación y Actores Relevantes. Clasificamos sus discursos emitidos en:

- **La relación entre discurso y principios ético-democráticos, su apego a éstos o la lejanía del discurso.**
- **Propuestas.** Incluyen las categorías de económica, ideológica, política, y social.
- **Las Evaluaciones.** En esta categoría se analizaron juicios de valor divididas en favorables o desfavorables.
- **Las Disuasiones.** Entendidas como llamados a la participación electoral.

El comportamiento global de los actores que marcaron el rumbo de los discursos en el análisis.

La conducta del Ejecutivo y el ambiente político de descalificación característico del proceso, desató una serie de críticas ante la tibia actuación del IFE. Si bien, el máximo órgano electoral determinó el retiro de *spots* publicitarios del PAN, PRI y PRD que atentaban contra los principios democráticos de certeza y legalidad y multó al Partido Acción Nacional por violar la ley electoral, las críticas en su contra fueron constantes durante todo el proceso; un proceso en el que incluso el Tribunal Electoral del Poder Judicial tuvo que actuar ante la lentitud y poca capacidad de respuesta que mostró el Instituto. En este contexto, diversos actores políticos dan su respaldo y total apoyo a la institución electoral.

Es el caso del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, la Universidad Nacional Autónoma de México, la Presidencia de la República, la Cúpula Empresarial y el Cardenal Primado de México, quienes reconocen en el IFE, el TRIFE y la

FEPADE, instituciones confiables que garantizan la certeza y transparencia de los comicios.

Instituto Federal Electoral , IFE

El Consejero Presidente del máximo órgano electoral delineó su discurso bajo tres ingredientes fundamentales que debían estar presentes en las campañas: el debate de calidad, el respeto al adversario y la promoción de la participación ciudadana. Se mantuvo en una línea disuasiva y propositiva, pese a ello, es necesario hacer notar que a lo largo del proceso electoral, hubo una clara indefinición política por parte del árbitro electoral en torno a la guerra sucia desatada entre los candidatos.

Las violaciones al Pacto de Neutralidad y en general a la normatividad electoral demeritaron, sin duda, el carácter del IFE como árbitro político frente al proceso y pone a prueba su propia autoridad.

Felipe Calderón Hinojosa

Para atraer el voto, el candidato del PAN, inicia la campaña de descalificación, evaluaciones negativas cuyo objetivo era mostrar el carácter y actitud del tabasqueño: "autoritario", "irascible", "desequilibrado" y "delirante" fueron los adjetivos que utilizó el candidato del PAN para describir a su homólogo de la Alianza por el Bien de Todos.

Felipe Calderón advertía a la ciudadanía que debían elegir entre un mal proyecto de nación que llevaría a crisis financieras, corrupción y estancamiento y su proyecto de avance y desarrollo económico. En la última parte de su campaña, Felipe Calderón hizo alusión a las mujeres. Expuso varias propuestas, entre ellas destaca el apoyo a las mujeres que sufren violencia intrafamiliar y se comprometió a garantizar la equidad de género por lo menos en materia laboral.

Los temas propuestos que reflejaron sus propuestas en cada discurso y etapa de su campaña fueron: "Pasión y valor por México". Utilizada en su precampaña y en los primeros días de su campaña como candidato del PAN a la Presidencia de la República. "Manos limpias". Lema con el que arrancó su campaña política. "Para que vivamos mejor". Lema con el que abrió la segunda parte de su campaña, después de los ajustes y cambios de estrategia. "Presidente del empleo". Lo hace el 1 de mayo cuando Felipe Calderón presentó su proyecto Empleo para todos, documento que contempla sus propuestas en materia electoral. Con este lema llega al cierre del proceso electoral.

Los principios que menciona con mayor énfasis, fueron (de mayor a menor injerencia) Participación, Transparencia/certeza, Corresponsabilidad, Cooperación, Competencia, Autoestima, Respeto, Inclusión, Tolerancia, Diálogo, Libertad y Equidad.

Roberto Madrazo Pintado

La primera descalificación registrada por el Caleidoscopio de Roberto Madrazo fue hacia Andrés Manuel López Obrador. El candidato priista señaló en reiteradas ocasiones que su homólogo tabasqueño era un "demagogo y populista", "un grave

riesgo para el país” y “un peligro para la democracia mexicana”. De igual modo confrontó y calificó al candidato del PAN, Felipe Calderón, como “el enemigo a vencer” ya que el Presidente de México y el gobierno federal estaban montando una elección de Estado.

Entre otras propuestas, se encuentran, Distinguir entre cultura y entretenimiento, fundamentarla en los jóvenes, Fondo para compensar el TLC a producciones rurales, a Ciencia y Tecnología, 2% del PIB, Reducir el número de integrantes de las cámaras legislativas, Ampliar la cobertura de programas sociales como Liconsa, Crear más empleos, Autonomía del instituto nacional de las mujeres, Crear 9 millones de empleos,

Dentro de las disuasiones que hizo Roberto Madrazo, destaca el llamado que hizo a sus oponentes y a sus respectivos partidos políticos para firmar un pacto de respeto a los resultados cuando concluyera el debate. Los principios democráticos a los que hizo alusión fueron: **Participación, Legalidad y Corresponsabilidad.**

Sobre las propuestas referidas al tema de género, se resume en “Vamos a lograr el sueño de muchas mujeres, vamos a tener la beca de capacitación del empleo para las madres solteras, para que tengan la forma de vivir, y como queremos que los jóvenes vayan a la universidad, vamos a dar el programa nacional de la beca universitaria, para que ningún universitario se nos quede sin estudiar”. Asimismo agregó que las mujeres no deben ser un “botín político”.

Andrés Manuel López Obrador

Andrés Manuel López Obrador y el Presidente Vicente Fox, inician la confrontación cuando el candidato denuncia la injerencia del ejecutivo en el proceso electoral. Para el candidato esta injerencia se reflejó en las declaraciones del Presidente, a quién solicitó que guardara distancia en el proceso electoral. Esta primera confrontación dejó al descubierto dos elementos: el primero, las propuestas que el candidato de la alianza tendrían, además de los electores y los demás Candidatos, al Presidente Fox como un adversario, quedando la respuesta del candidato como una de las frases más recordadas por los medios de comunicación: “...no se meta señor Presidente, cállese señor Presidente, con todo respeto y deje de estar gritando como Chachalaca”.

Sobre el tema de las encuestas, mencionó que respondían a una campaña de sus adversarios para confundir, por lo tanto, las consideró como ejercicios falsos y para responder a las campañas negativas y al uso de encuestas en promocionales y otras actividades de sus contrincantes.

Entre sus principales propuestas, están: Defender la industria eléctrica y petrolera, Equilibrar las relaciones con EE.UU., Retirar las pensiones a los ex Presidentes, Continuar su labor a favor de los ancianos, las madres solteras, y las personas con alguna discapacidad, Aplicación del IVA partiendo de la tasa cero, No IVA a medicinas y alimentos, Democracia con dimensión social, Comisión de la verdad para el caso FOBAPROA, Sembrar un millón de árboles en la zona sur del país, Carretera que comunique el Pacífico con el Atlántico, Bajar sueldos a Funcionarios.

Sobre la equidad de género, mencionó la importancia de garantizar becas a estudiantes y madres solteras, además de enfatizar que las mujeres estarán presentes en su gabinete porque "son más responsables".

Patricia Mercado

Concedora del grave problema del abstencionismo, por su experiencia participativa en diferentes movimientos sociales, se fijó la meta de convencer a ese sector de la población que no quiere asistir a las urnas; de aquellos desencantados no de la política sino de los viciados discursos de los políticos y que buscan ideas y propuestas nuevas. Con ello, difundió la idea de que, en caso de llegar a la presidencia, promovería e impulsaría la conformación de Consejos Ciudadanos que evalúen las acciones de gobierno y, ante todo, influyan en las labores de las autoridades. También se pronunció por modificar las reglas de acuerdos para que en la gran pluralidad tanto ciudadana como en el Congreso de la Unión "podamos construir una democracia sin corrupción y sin autoritarismo".

En el transfondo del discurso propositivo de Patricia Mercado se dejó notar el uso y manejo del "origen humilde" que, en variadas ocasiones, utiliza para mostrar la cercanía sensitiva a los requerimientos primordiales de la población más necesitada de este país.

Ante este caótico panorama, de evidente confrontación, la candidata a la presidencia Patricia Mercado pocas veces sucumbió a la guerra sucia; en su lugar, intentó a toda costa continuar al margen de las descalificaciones entre los candidatos varones al aseverar que ella no tenía "enemigos sino adversarios". Llega a comparar el proceso electoral con un "ring de boxeo", en donde los varones se enfrentan a golpes y a donde ella no está dispuesta "a subir"; solía decir que ella tan sólo "se ponía los guantes" para discutir propuestas.

Roberto Campa

Roberto Campa, desde el primer periodo hasta el cierre de su campaña, daba su opinión sobre todos los acontecimientos y escenarios que se generaban en el ámbito nacional e internacional. Así encontramos en su discurso comentarios sobre el tema del agua, la ley de Radio y Televisión, el muro fronterizo entre México y Estados Unidos, la tragedia de Pasta de Conchos, etc. Si bien todos los candidatos hacían lo mismo, lo que hay que señalar en el caso de Roberto Campa es que sus palabras se quedaban apenas en el plano del buen consejo y los buenos deseos. Carecía de un planteamiento seriamente propositivo que lo proyectarían como candidato sino fuerte, con presencia dentro de la contienda electoral.

Otra característica del Candidato es la constante disuasión que realiza es la invitación a toda la ciudadanía, pero principalmente a los jóvenes y maestros a unirse a las filas del PANAL. Su objetivo, decía, era construir un partido de unidad donde hubiera oportunidad para todos los grupos sociales. Incluso, ofreció a indígenas algunos lugares en la cámara de diputados.

En cuanto a propuestas, destacan las del rubro educativo. Las mejores y más claras propuestas de Roberto Campa fueron en torno a este tema. Destinar más recursos a la ciencia y la tecnología, incrementar tres horas la jornada escolar, mejor remuneración a profesores, otorgar el 8% del Producto Interno Bruto a la educación.

Sobre las mujeres se refirió a "es hora de que las mujeres gobiernen México".

Conclusiones

Al hacer un balance se percibe un proceso electoral marcado por dinámica de violencia verbal, ilegalidad, injerencia del Ejecutivo y coacción del voto,

Hay una crisis de los principios éticos democráticos. Si bien los candidatos, partidos políticos, instituciones y otros actores hacen alusión de algunos de ellos incluso para defenderlos. Lo cierto es que la práctica distó mucho del discurso.

Los hechos de descalificación y la guerra sucia que caracterizaron el proceso en su conjunto, contravienen los principios democráticos de legalidad, equidad, imparcialidad y respeto por parte de los actores. Transgredirlos generó un clima de desconfianza por parte de la ciudadanía y la confrontación entre los diferentes actores políticos que intervinieron en el proceso electoral.

Las encuestas y los medios han jugado un papel importante en la construcción, presentación y reorientación de campañas las cuales fueron utilizadas como armas y herramienta metodológica para atraer el voto, sin embargo la ciudadanía quedó al margen de este proceso, sólo jugó el papel de simple espectador y receptor pasivo de los discursos y discusiones electorales provocando el hartazgo e indignación ciudadana en relación a los políticos e instituciones y en la disyuntiva de votar por el candidato menos malo ya que ubican que todos adolecen de los males de la política: demagogia, corrupción, ambición de poder, etc. Ello podría tener como consecuencia la no participación.

La estrategia mediática de las campañas se enfocó a desinformar a la ciudadanía más que informarla. El objetivo de los candidatos era restarle votos al contrario en lugar de sumar los propios para su beneficio con propuestas y apego a las reglas y principios democráticos.

Se observa la injerencia directa de terceros, especialmente de los grupos de poder (iglesia y organismos empresariales) en el proceso electoral. Su participación consistió en inducir o presionar sutilmente el voto.

La actuación lenta e indefinida del Instituto Federal Electoral como árbitro de la contienda electoral contribuyó a cuestionar su labor como regulador de la misma, favoreciendo dudas en la calidad de su desempeño y eficiencia durante la realización de los comicios.

Es Tribunal Electoral del Poder Judicial Federal quien ha asumido el peso de la legalidad del proceso electoral. El TRIFE reforzó los principios democráticos de Legalidad e Imparcialidad en esta contienda, además de los criterios sobre el contenido de los *spots* publicitarios de las campañas, al establecer lo que es válido y lo que no se permitirá en el contenido de las cuñas publicitarias. En esta línea, la Certeza y Veracidad en lo que se dice debía ser el eje central.

Los hechos de descalificación, la guerra sucia y la confrontación caracterizaron el proceso electoral en su conjunto, fueron muestra de las aspiraciones de cada uno de estos actores: El voto duro, apuesta de la Alianza por México; el voto de castigo, apuesta de la Alianza por el Bien de Todos; el voto a la continuidad, apuesta del PAN; El Partido Nueva Alianza y Alternativa Social Demócrata y Campesina por el registro.

Las Instituciones de Gobierno tuvieron injerencia directa en el proceso, mediante la emisión de Disuasiones hacia la ciudadanía y Evaluaciones negativas hacia los Candidatos y Partidos, principalmente por parte del Ejecutivo, además de la violación a la Ley Electoral en el primer nivel de gobierno ante la injerencia de los poderes ejecutivos en todo el país, de Secretarios de Estado, gobernadores y principalmente la participación del Ejecutivo Federal a partir de la inauguración de la obra pública y la disuasión a favor del candidato del PAN.

Los Medios de Comunicación centraron su atención en el tipo de Evaluaciones negativas y confrontaciones entre Candidatos y Partidos, las Propuestas quedaron en segundo término.

El resto de los actores, tales como: Actores Relevantes (Académicos y líderes de opinión), Grupo de Presión, Movimientos Sociales y Organizaciones Sociales, tienen un espacio restringido en los Medios de Comunicación, aparecen coyunturalmente. Cuentan con un discurso propio, en algunos casos, reflejan propuestas contundentes, aún cuando las menciones sobre su discurso es menor en relación a los Candidatos y Partidos y las propias Instituciones Gubernamentales.

Recomendaciones

El desarrollo de la presente investigación identificó las debilidades y vacíos existentes en la práctica de los partidos y sus candidatos así como en la normatividad referida a sus mecanismos de transparencia y rendición de cuentas, que nos permite ahora presentar algunas propuestas encaminadas a favorecer un acercamiento *cualitativo* entre la ciudadanía y los partidos políticos, durante los procesos de elección y el desarrollo su gestión.

Impulsar un profunda Reforma electoral que considere:

- Incorporar a los partidos políticos como sujetos obligados de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Tipificar como delito grave la compra y coacción del voto,
- prohibir de manera explícita el uso de regalos a la ciudadanía en tiempos electorales

- Considerar las prácticas de compra y coacción del voto, como causales de nulidad de la elección de que se trate.
- Dotar de mayores atribuciones al IFE para que pueda investigar los delitos electorales,
- Sancionar electoralmente, mediante una multa al partido político y pérdida del registro del candidato, que identifique con su partido y/o campaña los programas o recursos públicos.
- Avanzar en la regulación y/o reestructuración de los tiempos y gastos de campaña. La democracia mexicana está saliendo muy cara al país.

Demandamos a la autoridad electoral mayor vigilancia en el cumplimiento de la ley y la aplicación de sanciones más efectivas para evitar en procesos subsecuentes la flagrante violación a la normatividad electoral, con ello se evitaría que los incentivos para no violar la ley sean mayores que para no hacerlo.

Hacemos un llamado a la ciudadanía a participar responsablemente con la emisión de su voto, estar atentos y presentar las denuncias ante las autoridades correspondientes de las irregularidades e ilegalidades que observen.

Exhortamos a los actores políticos a respetar la voluntad popular expresada en las urnas y que contribuyan a garantizar una transición pacífica y con civilidad.

Este proceso electoral nos deja la enseñanza de que es necesario construir una nueva forma de hacer política en México. Para ello es imprescindible la construcción de una ciudadanía basada en la observancia de las actuaciones de los actores políticos y en una sólida cultura de la denuncia.

Para mayor información favor de comunicarse a Alianza Cívica al 52 73 34 00, 52 73 34 49, alianza@alianzacivica.org.mx