

Ciencias Sociales y Democracia: las candidaturas independientes a presidentes municipales de Nuevo León, 2014-2015

Social Sciences and Democracy: the independent candidacies in the municipal elections of Nuevo León, 2014-2015

Carlos Hernández Alcántara ¹

Resumen: Con el reconocimiento del pluralismo democrático como condición política de la participación de las candidaturas independientes, el sistema electoral mexicano cambió las reglas tradicionales de la competencia política electoral local e incentivó la competencia entre partidos políticos y candidatos independientes. Derivado de lo anterior, las elecciones locales en Nuevo León, México, la atención de la opinión pública nacional y del electorado local. Partidos Políticos y candidatos independientes tuvieron que desarrollar nuevas estrategias y alianzas durante las campañas electorales, lo cual junto con la información política impactó sustantivamente la orientación del voto estratégico del electorado.

Abstract: With the recognition of democratic pluralism as a political condition for the participation of independent candidates, the Mexican electoral system changed the traditional rules of local electoral political competition and encouraged competition between political parties and independent candidates. Derived from the above, the local elections in Nuevo Leon, Mexico, the attention of the national public opinion and the local electorate. Political parties and independent candidates had to develop new strategies and alliances during the electoral campaigns, which together with the political information substantively impacted the orientation of the strategic vote of the electorate.

Palabras clave: pluralismo; candidaturas; comunicación; política; voto.

Las ciencias sociales presentan avances pedagógicos importantes al ser considerados en el diseño curricular de los planes de estudio de licenciatura y posgrado. Simultáneamente emergen campos de conocimiento de investigación básica sobre la democracia, generando nuevas líneas de investigación aplicada en la solución de los problemas complejos que se suscitan como resultado de la competencia política, las políticas de gobierno y las acciones colectivas en democracia.

¹ Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la UNAM y académico adscrito al Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM. Investigador Nacional nivel I. (SNI). Pluralismo Democrático y Campañas Electorales. carlos.ha@posgrado.unam.mx.

Frente a estos desafíos, se exigen nuevos referentes teóricos, métodos y técnicas de investigación que expliquen su articulación y complejidad en la construcción de la legitimidad y representación democrática. Las ciencias sociales están generando aportaciones colectivas permitiendo la generación de conocimientos desde una perspectiva interdisciplinaria, tanto en la consolidación institucional del proceso de enseñanza, como, en menor medida, de la investigación en ciencias sociales en México.

“Según el informe sobre las ciencias sociales en México se cuenta con 1472 entidades académicas: 504 públicas y 968 privadas, que imparten 2, 728 planes de estudio: 1,579 de licenciatura, 862 de maestría y 287 de doctorado. (...)

Cabe destacar que las entidades públicas, a pesar de ser un número menor que las privadas concentran el 75.4% de la matrícula de licenciatura. Sin embargo, no pasa lo mismo con el posgrado, donde la diferencia se vuelve mucho menor. Los datos del informe indican que las entidades públicas son responsables del 56.4% de la matrícula de posgrado, mientras que el 46% está a cargo de las privadas.

Si bien las carreras de ciencias sociales se multiplican, son ciertas orientaciones profesionales las que dominan el panorama; (...), la Comunicación en diferentes vertientes (periodismo, ciencias de la comunicación, ciencias y técnicas de la comunicación, comunicación virtual, etc.) con el 20.8% de las carreras, los estudios sobre Educación el 17.9%, la Psicología el 18% y más recientemente, el Turismo que ha tenido un rápido crecimiento y ya abarca el 9.1% de las carreras.¹

De ahí que se infiera que el campo de estudio de los sistemas universitarios, primordialmente de posgrado, se promuevan a identificar nuevos campos de conocimiento que lleven a cabo investigaciones que expliquen el comportamiento electoral, las campañas electorales, la comunicación política, la participación ciudadana, la representación política, entre otros, saberes especializados, que permitan repensar la responsabilidad y la articulación de las ciencias sociales con la construcción de la democracia en México.

Con base en las nuevas condiciones de la Ley Electoral vigente, el nivel de competencia entre las distintas fuerzas políticas adquirió dimensión de pluralismo democrático, a partir de la

celebración de convenios de coalición, precampañas, la postulación de candidaturas independientes, la difusión de millones de spots por medios electrónicos, la planeación de debates televisados y por internet con candidatos a gobernador, diputados y presidentes municipales, encuestas, judicialización de la política, además de un padrón electoral notablemente acrecentado.

El pluralismo democrático en los procesos electorales, impactó de manera importante la interacción de los medios de comunicación tradicionales con los ciudadanos, como la televisión, radio y prensa, pero sobre todo los nuevos medios de comunicación digital, como el internet y las redes sociales. Esta nueva interacción representa un fenómeno político al que habrá que analizar con sumo detalle, pues observamos que las personas sustituyen sus fuentes de información política al mismo tiempo que se producen importantes cambios en la región, con alternancias en el poder, la atomización de los partidos políticos, el desencanto con la política, el aumento de candidatos independientes, entre otros. Así, estamos ante un proceso de cambio en la forma en cómo los ciudadanos se informan de la política y hacen su elección. Dado que los dos fenómenos suceden simultáneamente, parece ser que el modo de informarse resulta determinante para formar la opinión de los ciudadanos y por ende de su comportamiento.

En el caso de México, de acuerdo con algunos resultados relevantes de la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de Telecomunicaciones^[4], los datos son determinantes:

La ENDUTIH 2016 reveló que 65.5 millones de personas utilizan Internet, cifra que representa el 59.5 por ciento de la población de seis años y más en el país. La cifra significa un avance de 2.1% respecto a los datos de 2015.

Otra tecnología en aumento es la telefonía celular. De la población de seis años y más, 81 millones son usuarios de un celular. Y de ellos, 60.6 millones utilizan un teléfono inteligente o smartphone, lo que significa un incremento de 9.7 puntos porcentuales entre 2015 y 2016.²

Ello tiene consecuencias en el modelo de comunicación política de las campañas

electorales y su influencia en el comportamiento del voto partidista y el estratégico. Otra característica de la competencia electoral hace referencia a las elecciones concurrentes, federales y locales; el registro de candidaturas independientes, el número de los debates televisados y por internet, que se llevarán a cabo durante el proceso electoral, el levantamiento de encuestas. Sin duda, todo lo anterior constituyó una fuente de información política fundamental para la definición del voto de los indecisos y alentar la participación de los jóvenes de 18 a 29 años en días previos a la jornada electoral.

De esta forma, el objetivo de la ponencia es precisamente alentar el estudio de la relación de las ciencias sociales con la democracia a partir de identificar variables explicativas como las candidaturas independientes a nivel local en México, específicamente en el caso de las elecciones municipales de Nuevo León, estado que hace frontera con los Estados Unidos de Norteamérica en 2015.

De lo anterior se plantea que el conocimiento de las citadas variables del pluralismo democrático influye en la factibilidad de la democracia, las actitudes políticas y la decisión electoral a nivel municipal.

En el campo de la investigación, el análisis de la democracia ha renovado a las ciencias sociales al abrir nuevas líneas de investigación aplicada con un enfoque interdisciplinario, primordialmente desde los estudios jurídicos, políticos y sociales. Una muestra de esta convergencia disciplinaria es el estudio de las candidaturas independientes en las elecciones federales y locales. El caso de los resultados electorales Nuevo León en 2015 constituyó un referente en la construcción de la legitimidad democrática y el reconocimiento de las candidaturas independientes en la representación política de los espacios de decisión política como lo son los cabildos de los Ayuntamientos.

El pluralismo democrático como contexto

El pluralismo democrático se refiere al poder de las organizaciones relativamente autónomas, tanto en la forma de asociarse de manera independiente, como de participar en la representación política.³ Según esta noción el contexto democrático debe reunir los siguientes criterios: inclusión, participación efectiva, información, igualdad en la votación y representación en la adopción de decisiones políticas. Si bien, estas formas de participación se dan en un contexto de

desigualdad en los recursos políticos, es posible reducir la citada desigualdad en la distribución de los citados recursos políticos en la medida que se incrementa la participación e influencia en el proceso democrático.

Para Pierre Rosanvallón, en las elecciones se mezclan un principio de justificación y otro de una técnica de decisión. En tanto, procedimiento adquiere una dimensión inevitablemente aritmética: designa lo que continúa siendo una fracción, aunque sea predominantemente, del pueblo. Pues bien, la justificación de la democracia mediante las urnas siempre ha remitido implícitamente a la idea de una voluntad general y, por lo tanto, de un pueblo que figura como conjunto de la sociedad. Esta perspectiva sociológica no ha dejado de fortalecerse mediante el requisito moral de igualdad y el imperativo jurídico del respeto de los derechos, que llama a considerar el valor propio de cada integrante de la colectividad. (...). La legitimidad democrática tiene como función tejer los lazos constructivos entre el poder y la sociedad. Contribuye a dar cuerpo a lo que constituye la propia esencia de la democracia: la apropiación social de los poderes.⁴ Esta participación social y económica está dando lugar a la generación de la democracia como representación de una sociedad pluralista, en donde las campañas electorales y la comunicación política definen la decisión electoral. (Dahl, 1990; Rosanvallón, 2010; Hernández, 2017).

Así este pluralismo democrático está fortaleciendo, tanto la legitimidad democrática, como el funcionamiento de asimilar las particularidades de por quién votar intermediada por las campañas electorales con estrategias: televisión, radio, redes sociales digitales, *todo terreno* como la identificación partidaria del votante, la imagen de los candidatos, las evaluaciones económicas, las posturas en los temas políticos relevantes y la representación política de los cabildos municipales del Estado de Nuevo León en 2015.

Las candidaturas independientes como opción democrática

En Nuevo León, las candidaturas independientes expresan una nueva forma de participación ciudadana, sin postulación partidista, por tener representación o influencia en la distribución del poder político en la sociedad. Si bien cuentan con una regulada autonomía con el reconocimiento del derecho político de participación para competir por el poder, sus dos principales problemas son: 1) su registro, y 2) la campaña electoral. Ciertamente la efectividad de la participación está

basada en la organización, interacción y multiplicación de nuevos liderazgos sociales y económicos locales:

“En la entidad se concentran más de 200 grupos industriales de diversa índole siendo sede de diez de las veinte empresas más importantes de México: Alfa, Arcaccontinental, Axtel, Banorte, Cemex, Cervecería Cuauhtémoc-Heineken, Cydsa, Deacero, Femsa y Grupa. A nivel internacional, la zona de Burgos en el norte colinda con Texas y abarca parte de Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas, según la evaluación del Departamento de Energía del Gobierno de Estados Unidos, de los recursos mundiales de gas esquito, México ocupa el sexto lugar a nivel mundial. Adicionalmente a esta evaluación se incrementaron las exportaciones por 36 mil millones de dólares en el 2016. El Bank of China y empresarios asiáticos invertirán 200 millones de dólares, en la construcción de un parque industrial que también incluirá áreas comerciales y viviendas. En este lugar se planea instalar cien empresas de dicho país, lo que significa la llegada de mil 200 millones de dólares adicionales. Cabe señalar que Nuevo León fue una de las tres entidades federativas, Ciudad de México y Estado de México, que más inversión extranjera directa ha recibido en el periodo 2000-2015, y por quinto año consecutivo, es número uno en colocación de vivienda nueva.

La Secretaria de Economía y Trabajo del gobierno estatal anuncio que existe una cartera de 250 proyectos que tienen interés en invertir en los sectores de energía, automotriz, manufactura y electrodomésticos. Mientras que la generación de empleos en la entidad, aproximadamente, de 43 mil plazas anuales.

En la Zona Metropolitana de Monterrey existen 120 parques industriales, los cuales, según su clasificación, están divididos en nueve corredores que están en los municipios de Apodaca, San Nicolás, Guadalupe, Escobedo, Pesquería, Santa Catarina, Ciénega de Flores, Salinas Victoria y Monterrey.

El Parque de Investigación e Innovación Tecnológico (PIIT) de Nuevo León cuenta con una inversión acumulada de siete mil 500 millones de pesos por parte de fondo federales y del sector privado. Se localiza en el municipio de Apodaca y cuenta con 35 centros de investigación y tres incubadoras empresariales de alta tecnología. Cuenta con más de 300

proyectos vinculados con la industria de Nuevo León y pertenece a varias asociaciones internacionales. El PIIT da empleo a 2,800 científicos, tecnólogos y personal de apoyo, tanto de empresas como de centros de investigación.”⁵

En cuanto al ámbito electoral local, la tradición bipartidista en Nuevo León permitió el predominio del voto de identidad partidista y el surgimiento de una comunicación política intermediada por el consumo de internet en las elecciones locales de 2012:

“En cuanto a la participación electoral promedio estatal de los grupos de edad de 20 a 39 y de 40 a 79 en las elecciones federales de 2012, se observa que alcanzó un 60%. A pesar de que se cuenta con diferencias significativas entre estos grupos de edad, en los que existe mayor participación con una diferencia de alrededor de 15% en los adultos.

Actualmente, los jóvenes en edad de votar representan 29.64% del padrón electoral en el ámbito nacional. Específicamente, en Nuevo León representan 28.14% de un total de 3,615,441 electorales de los cuales 49.82% son hombres y 50.18% mujeres.

En el caso de acceso a internet de los jóvenes, el promedio nacional es de 29%. El estado de Nuevo León se encuentra en el tercer lugar con mayor acceso (41%) Este factor puede incidir en el desarrollo de formas de participación y de socialización política. Facebook es la red social más utilizada para la información y comunicación.⁶

Sobre el tema, cabe citar el estudio realizado por José Fabián Ruiz (2015: 205-206) sobre la oferta de los medios de comunicación para las campañas electorales para Presidente, en 2012. El autor encontró que ésta se concentró en el spot y los noticieros de la televisión privada, buscando moldear el voto partidario:

[...] 61% de quienes votan por un partido y 62% de quienes lo hacen por las propuestas de gobierno están satisfechos con la información recibida. Sin embargo, quienes votan por propuestas son los más influidos por los medios ya sea el 38% admite que los medios influyeron mucho o algo en su preferencia y, particularmente, 51% atiende a los debates y 50% a los noticieros. Con respecto a los medios alternativos, sólo 10% de quienes

atienden a las propuestas y al perfil de los candidatos señala que Internet influye mucho o algo en sus preferencias. Finalmente, 43% de quienes votan por candidatos señalan la alta influencia de los spots sobre sus preferencias (Ruíz, 2015: 206).

Frente a este contexto de consolidación del desarrollo económico y el avance de la política mediática, la participación ciudadana de concretó a ser más efectiva, tanto en la estrategia de asociarse, como de influir a través de los cabildos en las decisiones y en la agenda de los problemas urbanos y la evaluación de las acciones de la política.

Campañas electorales, la construcción social de la política mediática

Las campañas electorales constituyen los espacios donde se construye la decisión de por quién votar a través de la imagen y el mensaje de las candidatas y los candidatos. Así el lenguaje de la política está intermediada por los medios de comunicación de masas como se promueven en la televisión, la radio, la prensa y, recientemente, el internet. Esta combinación de modelos de comunicación de muchos a uno y de unos a muchos, permitió conectar a los ciudadanos con los candidatos. Así la interacción es a través de las tecnologías de la comunicación, las características de los emisores y los receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, han transformado a la política.

“El hecho de que la política se desarrolle fundamentalmente en los medios de comunicación no significa que otros factores (como el activismo de las bases o el fraude no sean importantes a la hora de decidir el resultado de las batallas políticas. Tampoco significa que los medios ostentan el poder. No sean el cuarto poder. Son mucho más importantes: son el espacio donde se crea el poder. Los medios de comunicación constituyen el espacio en donde se deciden las relaciones de poder entre los actores políticos y sociales rivales. Por ello para lograr sus objetivos, casi todos los actores y los mensajes deben pasar por los medios de comunicación. Tienen que aceptar las reglas del juego mediático, el lenguaje de los medios y sus intereses.”⁷

De este modo, las campañas electorales son sistemas de acción mediada por las relaciones

poder con el propósito de influir en la construcción de la confianza de los votantes. Este crecimiento exponencial de la subjetividad de autoconsumo de la información política y la comunicación digital. Así uno de los problemas de la democracia es afianzarse como objeto de estudio empírico y comparado con mayor énfasis en la transmisión de conocimientos básicos sobre los procesos de institucionalización de la democracia como régimen político y como sociedad. Esto presenta grandes desafíos para la generación de estudios sobre el fenómeno político de las candidaturas independientes que traten de explicar por qué las causas y mecanismos que juegan a favor de la emergencia de las candidaturas independientes generó un canal de comunicación y ascenso político de las ciudadanas y ciudadanos. En un contexto de desconfianza ciudadana en los partidos políticos tradicionales, PAN y PRI, quienes habían monopolizado a las instituciones de la democracia electoral, Si bien el origen de esta crisis es resultado del funcionamiento del sistema de partido bipartidista y el desacertado ejercicio del poder de los gobiernos para responder a las demandas y expectativas políticas de la sociedad. Con el reconocimiento de las candidaturas independientes, se reconoce el derecho político de ascenso al poder, sin el respaldo partidista, y sí con el apoyo electoral ciudadano que cuenta con una dinámica local propia y actitudes cívicas de alta participación en la agenda y solución de los problemas urbanos, económicos y sociales imperantes en las localidades municipales, imprescindibles de comenzar a ser analizados con una perspectiva interdisciplinaria.

Las candidaturas independientes representan un referente en la construcción de la legitimidad del voto en un contexto de pluralismo democrático como fue posible se apreciarse en las elecciones locales de Nuevo León.

En este proceso político, las etapas de la institucionalización del derecho político de los ciudadanos a participar en el proceso electoral sin la postulación obligada de un partido político en las elecciones locales, como del embate al tradicional régimen político bipartidista imperante en Nuevo León, y de frente a la idea equivocada de que la eficacia de las candidaturas independientes es el desmantelamiento del régimen partidocrático o el reciclaje de políticos/as provenientes de otros partidos. (Castañeda, 2016: 28-34; Palma y Pinedo, 2017: 42).

Nuevo León, referente político de las candidaturas independientes:

Candidaturas Registradas

Cargo	Partidos Políticos	Coaliciones	Independientes
Gubernatura	7	1	1
Fórmulas	de 299	0	11
Diputados			
Plantillas	de 243	26	10
Ayuntamientos			

Fuente: Consejo Estatal Electoral de Nuevo León, 2016, pág. 52.

El registro de las planillas de Ayuntamientos

Registro de aspirantes como candidatas y candidatos independientes en las elecciones locales de 2015

ASPIRANTES REGISTRADOS COMO CANDIDATAS Y CANDIDATOS INDEPENDIENTES				
Tipo Elección	Municipio/ Distrito	Nombre Aspirante	Respaldos requeridos	Respaldos obtenidos
AYUNTAMIENTO	Apodaca	Luis Fernando Marín Molina	10,404	15,470
AYUNTAMIENTO	El Carmen	Miguel Ángel González Sandoval	1,218	1,283
AYUNTAMIENTO	García	César Adrián Valdés Martínez	5,142	23,335
AYUNTAMIENTO	General Escobedo	Gabriel Eduardo Almaguer Segura	12,069	19,560
AYUNTAMIENTO	Guadalupe	Genaro Alanís de la Fuente	15,346	29,340
AYUNTAMIENTO	Hualahuisés	Luis Eduardo Prado Casanova	856	1,136
AYUNTAMIENTO	Montemorelos	Juan Ignacio Cantú de Ochoa	3,260	3,765
AYUNTAMIENTO	San Pedro Garza García	Lorenia Beatriz Canavati Von Borstel	6,841	7,588
AYUNTAMIENTO	Santa Catarina	Efrén García Rodríguez	9,403	18,199
AYUNTAMIENTO	Santiago	Alfonso Jiménez Pérez	2,340	3,022
DIPUTACIÓN	Distrito 8	José Eduardo Santos González	2,508	2,909
DIPUTACIÓN	Distrito 9	Olga Valentina Treviño Hinojosa	2,222	2,925
DIPUTACIÓN	Distrito 13	Antonio González Quintero	2,814	4,041
DIPUTACIÓN	Distrito 14	Martha Magdalena Montes Salazar	3,226	10,447
DIPUTACIÓN	Distrito 15	Antonio Román Pereyra	1,710	2,173
DIPUTACIÓN	Distrito 16	José Guadalupe González González	6,936	14,481
DIPUTACIÓN	Distrito 17	José Antonio Sánchez Ortega	5,240	17,814
DIPUTACIÓN	Distrito 18	Tatiana Clouthier Carrillo	2,504	2,524
DIPUTACIÓN	Distrito 19	Eva Trujillo Ramírez	3,212	16,194
DIPUTACIÓN	Distrito 20	Luis Aurelio Guevara Garza	4,231	24,957
DIPUTACIÓN	Distrito 21	José Luis Rodela Alemán	1,056	1,364
GUBERNATURA		Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón	103,294	334,480

Fuente: CEE NL (2016) *Memorias y Estadísticas. Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2014-2015*. México: Comisión Estatal Electoral Nuevo León. Pág. 50.

Financiamiento

El financiamiento público para los candidatos independientes a presidentes municipales fue de un total de \$383,329.46; la distribución de los recursos quedó de la siguiente manera:

FINANCIAMIENTO PARA LA ELECCIÓN DE AYUNTAMIENTOS			
Nombre de la candidata o candidato titular al cargo de ayuntamiento	Ayuntamiento	% Proporcional de representación en el estado	Cantidad moneda nacional
Luis Fernando Marín Molina	Apodaca	19.23%	\$73,727.82
Miguel Ángel González Sandoval	El Carmen	1.39%	\$5,315.79
César Adrián Valdés Martínez	García	13.98%	\$53,573.89
Lorenia Beatriz Canavati Von Borstel	San Pedro Garza García	5.49%	\$21,048.74
Gabriel Eduardo Almaguer Segura	General Escobedo	11.54%	\$44,237.88
Genaro Alanís de la Fuente	Guadalupe	23.90%	\$91,599.87
Luis Eduardo Prado Casanova	Hualahuisés	0.73%	\$2,792.75
Juan Ignacio Cantú de Ochoa	Montemorelos	5.10%	\$19,548.57
Efrén García Rodríguez	Santa Catarina	15.34%	\$58,799.69
Alfonso Jiménez Pérez	Santiago	3.31%	\$12,684.45
		100.00%	\$383,329.46

Fuente: Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2016, pág. 46.

Spots

Los spots influyen en el posicionamiento de los partidos políticos y los candidatos en la opinión pública de cómo proponen resolver los problemas y la manera como se relacionan con el votante. En el caso del spot televisivo, la publicidad política activa determinados procesos sentimentales en los votantes que son decisivos para influir en la elección.

“El análisis de la publicidad política televisiva, ppt, a la luz de las variables que tienen impacto en el nivel de actividades y conductas políticas es fundamental porque es una

forma de valorar su eficacia y de fundamentar con mejores elementos su utilidad cívica. Tradicionalmente la psicología política ha estudiado a la ppt utilizando dos grandes categorías:

- 1) Qué dicen los mensajes (contenido).
- 2) Cómo lo dicen (estructura)

Los rasgos formales de los anuncios tienen un impacto en la manera de cómo se procesa la información, estableciendo límites expresivos al contenido que se comunica; a su vez el contenido interactúa con los elementos estructurales del anuncio y en cierto sentido determina la elección de los mismos.

Elementos del contenido: La presencia de los partidos políticos; La centralidad del anuncio en temas públicos o personas privadas; La expresión de las emociones; El género de los presentadores; La manifestación de aspectos prospectivos y retrospectivos; La presencia de grupos sociales; La presentación del candidato.

Los estudios clásicos de la ppt los clasifica en aquellos centrados en los temas y propuestas de campaña que atañen al interés público, “más que de características individuales de quienes buscan ser elegidos”.⁸

Así los spots expresan sentimientos e intereses de los candidatos y las estrategias de campaña cuentan con gran influencia en las preferencias de los electores e incentivan las actitudes políticas de los votantes.

En sesión extraordinaria celebrada el 10 de abril de 2015, el Consejo General de la Comisión Estatal Electoral aprobó el acuerdo relativo a la distribución de los tiempos de radio y televisión para las candidaturas independientes en la transmisión de sus mensajes a utilizarse durante las campañas electorales del año 2015 y distribuyó los tiempos oficiales de radio y televisión que correspondieron a las 22 candidaturas registradas.

Conforme a la ley, las candidaturas independientes tuvieron acceso a radio y tv sólo en el periodo de campañas electorales; y según el tipo de elección, accedieron a estos medios como si se tratara de un partido de nuevo registro. Así, al candidato independiente a la gubernatura le correspondieron 19 spots. Y tanto a las 10 candidaturas independientes a ayuntamientos como a las 11 contendientes a diputaciones, les correspondió un promocional a cada una; dando un total de 40 spots de 30 segundos de duración.

Debates Municipales, la agenda de gobierno y las capacidades directivas de los candidatos

Los debates sobre la agenda de gobierno constituyen las fuentes de información de los electores para identificar las capacidades directivas y la factibilidad de las propuestas de los candidatos en la solución de los problemas de seguridad pública, empleo, inversión en infraestructura público-privada, agua, transporte de pasajeros y vialidad, la construcción de vivienda, uso de suelo urbano, entre otros. Cada Comisión Municipal Electoral organizó un debate obligatorio entre candidatas y candidatos. Un ejemplo sobresaliente de la relevancia política de ello, porque alentaron la competencia electoral, fue el debate entre las y los aspirantes a presidente municipal de San Pedro Garza García.

San Pedro Garza García	Partido Encuentro Social	MIGUEL ANGEL CERVANTES ALFARO	21 Mayo/19:00	Sala de Sesiones CEE	1.-Inseguridad 2.-Falta de pavimentación y bacheo 3.-Falta de limpieza en calles /Atención de lotes baldíos 4.-Mala planeación vial 5.-Insuficiencia de alumbrado público	C. Aurelio Collado Torres
	Partido Demócrata	ANA ISABEL ARELLANO GARCIA DEL CAMPO "ANABEL"				
	Partido Acción Nacional	MAURICIO FERNANDEZ GARZA				
	Partido Revolucionario Institucional	BERNARDO BICHARA ASSAD "BICHARA"				
	Candidatura Independiente	LORENIA BEATRIZ CANAVATI VON BORSTEL				
	Partido Humanista	FERNANDO MARGAÍN BERLANGA "MARGAÍN"				
	Nueva Alianza,	CARLOS DELGADILLO GUTIERREZ				
	Partido del Trabajo	MARIA TERESA OLIVO COVARRUBIAS				
	Partido Verde Ecologista de México	ENRIQUE DIECK HANDAL				
	Partido de la Revolución Democrática	GERARDO HUMBERTO CONTRERAS RODRIGUEZ				
	MORENA	ROLANDO SAN MIGUEL GARZA				

FUENTE:CEE NL (2016) *Memorias y Estadísticas. Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2014-2015*. México: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

Los debates de dos horas y media con esquema de réplica cruzada y la participación video grabada de ciudadanos que hacían preguntas concretas sobre salud, educación, empleo y seguridad. Un tema recurrente fue la evaluación de retrospectiva de los candidatos que se postularon para un segundo periodo de gobierno.

Resultados de gobernador y municipales: la confirmación del pluralismo democrático

La votación obtenida por el conjunto de los candidatos independientes confirmó la transición política del bipartidismo al pluralismo democrático en una de las entidades de mayor desarrollo económico y social.

Resultados de la elección de gobernador

VOTOS POR PARTIDO 2015

PAN	APTS	PRD	PT	MC	CC	MORENA	PH	ES	CI	VN	TOTAL	LISTA
466 543	498 644	10 104	16 132	10 881	1 580	6 536	7 617	6 679	1 020 552	45 012	2 090 280	3 560 457

PARTICIPACIÓN Y ABSTENCIONISMO POR EDAD Y GÉNERO

Fuente: Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2016, pág. 216.

En el plano municipal la votación obtenida por las planillas de las candidaturas independientes fue del 13.06 % de la votación total emitida en los 10 Ayuntamientos que participaron por vez primera:

MUNICIPIO	VOTACION OBTENIDA POR EL GANADOR	VOTACIÓN CANDIATO INDEPENDIENTE	DEL	VOTACIÓN TOTAL	LISTA NOMINAL
Apodaca**	64,171 (PRI)	18,825		186,618	360,935
El Carmen	2,104 (PRI-PVEM)	586		7,654	13,425
García		25,557		61,277	110,470
San Pedro Garza García	33,433 (PAN)	11,260		65,142	100,475
Gral. Escobedo*	53,692 (PRI)	25,805		128,412	251,429
Guadalupe*	118,558	20,770		302,712	523,886
Hualahuises	1,862	388		4,156	5,874
Montemorelos	12,216	1,478		27,259	48,142
Santa Catarina**	52,096	13,356		108,340	194,766
Santiago	8,348	1,178		20,511	34,474
Total de votos de candidatos independientes		119,203		912,081	

Fuente: Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2016, pp. 220-221.

* En estos municipios las candidaturas independientes fueron la segunda fuerza electoral.

** En estos municipios las candidaturas independientes fueron la tercera fuerza electoral.

Representación Política en los Cabildos de los Ayuntamientos

Con respecto a la Representación Política, los candidatos independientes obtuvieron 18 cargos: 1 presidencia municipal, 2 Síndicos, 8 Regidurías de Mayoría Relativa y 7 de Representación Proporcional.

Alcaldías Ganadas por los Candidatos Independientes	Género
1	Hombre

	Síndicos Ganadas por las y los Candidatos Independientes	Género
	2	1 Mujer 1 Hombre
	Regidurías Ganados por las y los Candidatos Independientes	
Representación Proporcional	7	8 Mujeres 7 Hombres
Mayoría Relativa	8	

Fuente: Comisión Estatal Electoral Nuevo León, 2016, pág. 216.

Los resultados representan una ampliación de la participación ciudadana con voz y voto en los espacios de decisión colectiva donde se elabora y evalúa la política local.

Conclusiones

El estudio de las variables analíticas como el pluralismo democrático, las candidaturas independientes, las campañas electorales, la política mediática, el comportamiento del voto y la apertura de espacios de decisión política a las candidaturas sin postulación partidista en la gubernatura y los cabildos de ayuntamientos, aportan nuevos referentes cognitivos a la consolidación teórica de las ciencias sociales como espacios de encuentro entre los campos de la investigación interdisciplinaria y la acumulación de saberes especializados sobre nuestra novel legitimidad democrática y la eficacia de la política para reencontrar la conducción del desarrollo económico y social.

El pluralismo democrático es la forma política del contexto competitivo y de moldear la participación y la decisión del electorado para la conformación del régimen político y nuevas actitudes políticas que abonan a este proceso de legitimidad democrática.

La decisión electoral produce movimientos de adhesión partidista y el ascenso de candidatos asociados al respaldo de las estructuras de los medios de comunicación masivos e individuales como los smartphone de los ciudadanos asociados a una sensación de valorización de ellos mismos y de la política través del reconocimiento político de las candidaturas independientes. Condicionan la eficacia de la acción pública a la oferta electoral intermediada por

el modelo de comunicación política expresada en las campañas electorales y, al mismo tiempo, los debates municipales determinaron la manera en que captan la información política como cualidad democrática al procesar racionalmente las decisiones electorales.

De ahí la importancia de las campañas electorales como ejes de articulación de los sentimientos e intereses de la ciudadanía, los candidatos y los partidos políticos. Si bien las campañas electorales locales se basaban en modelos de comunicación política tradicional como el spot televisivo y los mítines en enclaves tradicionales del bipartidismo, actualmente se están concentrando en la política mediática con estrategias de comunicación en la imagen de los candidatos y sus propuestas a través de los debates televisivos, internet y las interacciones en redes sociales digitales como el Facebook, Youtube y Twitter, principalmente. Ello ha tenido como consecuencia el incremento de la participación ciudadana, al realineamiento del voto partidista y estratégico, y primordialmente dando lugar a la democracia pluralista como fundamento de la vida política local y a un renovado compromiso de las ciencias sociales por fomentar la democracia.

El hecho importante consiste en que expresa la voluntad popular de tener representación en el cabildo del Ayuntamiento. Teniendo como consecuencia el incremento del interés de la participación ciudadana en los asuntos públicos y un mayor control social sobre los representantes e inclusión en la toma de decisiones políticas.

Un nuevo laboratorio de la democracia indirecta son las candidaturas independientes y la representación en el cabildo municipal. Estará edificándose sobre estos derechos políticos reconocidos para corregir y compensar las deficiencias del sistema de partidos y las depredadoras prácticas de clientelismo electoral, que se reducen a sistemas de negociación de intereses particulares, en detrimento del fortalecimiento del pluralismo democrático de la sociedad.

Derivado de lo anterior, es posible prever que la intensidad de la comunicación política de las campañas electorales influirá en la decisión del votante en las elecciones presidenciales de 2018. De ahí que este panel tratará de evaluar de manera interdisciplinaria la complejidad de la comunicación política de los partidos políticos, candidatos independientes y el comportamiento electoral de los ciudadanos.

Derivado de lo anterior, es posible prever que la intensidad de la comunicación política de las campañas electorales influirá en la decisión del votante en las elecciones presidenciales de

2018. De ahí que este panel tratará de evaluar de manera interdisciplinaria la complejidad de la comunicación política de los partidos políticos, candidatos independientes y el comportamiento electoral de los ciudadanos.

Referencias bibliográficas

Castells, Manuel, 2015, *Comunicación y poder*, Editorial Siglo XXI, México

CEE NL (2016) *Memorias y Estadísticas. Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2014-2015*. México: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.

Contreras, F., y Puga Espinosa, Cristina, 2015, Oscar F., *Informe sobre las Ciencias Sociales en México*, Coedición de COMECSO Y FORO CONSULTIVO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO, A.C.,

Dahl, Robert (1991) *Los dilemas del pluralismo democrático. Autonomía versus control*. México: Conaculta/Alianza Editorial.

Juárez Gámiz, Julio y Echeverría Victoria, Martín, 2013, *Cuando el spot llega a lo local. Publicidad política en los estados de la República*, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM, México

Rosanvallon, Pierre, 2010, *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad y proximidad*. Ed. Paidós, España.

Hemerografía

Hernández Alcántara. Carlos (2017) “Del bipartidismo al pluralismo democrático. Candidatura independiente y resultados electorales para gobernador de Nuevo León, México, en 2015.” *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, (231): pp. 361-388.

Leyva Cordero, Oswaldo, Muñiz, Carlos Flores Hernández, María De Los Ángeles (2016) “La conformación de actitudes políticas de los jóvenes universitarios en el contexto preelectoral 2015 en Nuevo León.”, en la *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (21): pp. 51-70.

Palma, Esperanza y Pinedo Romero, Carmen Yadira (2017) “Candidatos sin partido.” En la *Revista Voz y Voto*, (298): 42-52.

Ruíz, José Fabián (2015) “El impacto de los medios de comunicación sobre la definición del voto de los ciudadanos de Monterrey en las elecciones presidenciales de 2012” *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* (225): 203-225.

Tamayo Neira, Antonio, editor, “Nuevo León. Listo para afrontar los nuevos retos del entorno internacional.” Suplemento especial del periódico *El Financiero*, septiembre de 2017, pp. 16.

Notas _____

1 Contreras, Oscar F. y Puga Espinosa Cristina, “Las ciencias sociales en México: una visión de conjunto.” en Puga Espinosa, Cristina y Contreras, Oscar F., 2015, Informe sobre las Ciencias Sociales en México, Coedición de COMECOSO Y FORO CONSULTIVO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO, A.C.,

2 Consultable en la página http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/especiales/especiales2017_03_02.pdf

3 Dahl, Robert, 1991, Los dilemas del pluralismo democrático- Autonomía versus control. Ed. Alianza Universidad, México, pág. 16

4 Rosanvallon, Pierre, 2010, La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad y proximidad. Ed. Paidós, España, pág. 22

5 Tamayo Neira, Antonio, editor, “Nuevo León. Listo para afrontar los nuevos retos del entorno internacional.” Suplemento especial del periódico *El Financiero*, septiembre de 2017, pp. 16

6 Leyva Cordero, Oswaldo, Muñiz, Carlos Flores Hernández, María De Los Ángeles, “La conformación de actitudes políticas de los jóvenes universitarios en el contexto preelectoral 2015 en Nuevo León.”, en la *Revista Mexicana de Opinión Pública*, Núm. 21, julio-diciembre de 2016, pp. 53-54.

7 Castells, Manuel, 2015, Comunicación y poder, Editorial Siglo XXI, México, pág. 262

8 Juárez Gámiz, Julio y Echeverría Victoria, Martín, 2013, Cuando el spot llega a lo local. Publicidad política en los estados de la República, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM, México, pág. 20.