



## La compra de votos, el desafío en las elecciones de 2018

Irma Méndez de Hoyos\*

¿Qué es la compra de votos? ¿Cómo afecta a las elecciones? ¿Qué tan extendida está en México? Existe un amplio consenso en que las elecciones democráticas suponen el cumplimiento de principios como el sufragio libre, universal y secreto, y la equidad política. A estos principios se han ido agregando estándares internacionales como la transparencia y la rendición de cuentas de partidos y candidatos, la no discriminación, la equidad de género y el combate a la corrupción. Sin embargo, al contrastar la teoría con la realidad observamos que cada vez más, las elecciones están plagadas de malas prácticas como la compra y coacción del voto, el uso de recursos públicos, el uso de fondos ilegales e incluso violaciones directas y flagrantes a la ley, incluyendo asuntos tan graves como la amenaza y asesinato de candidatos o la violencia contra candidatas mujeres e indígenas, entre otras.

Las malas prácticas electorales constituyen un reto para cualquier democracia; erosionan la legitimidad de los gobiernos electos, no sólo en las democracias emergentes, sino también en países con una historia consolidada de elecciones democráticas. Al afectar la confianza en las instituciones (Congreso, partidos y Poder Judicial) y en las elecciones, las malas prácticas electorales deterioran la satisfacción con la democracia e incluso el cumplimiento de la ley, generando un efecto perjudicial sobre la estabilidad política<sup>1</sup> que puede poner en riesgo la supervivencia misma de la democracia.

En las últimas dos décadas, las elecciones en México han cambiado dramáticamente. La transición a la democracia significó pasar de comicios manipulados y controlados por el gobierno a elecciones democráticas, es decir, libres, limpias, transparentes y com-

petitivas. El proceso se consolidó primero a nivel federal y después local. El establecimiento de órganos de administración electoral independientes y la aprobación de nuevas leyes electorales, así como el surgimiento de múltiples opciones partidistas han creado el piso básico para tener elecciones democráticas. Sin embargo, es claro que las elecciones no son totalmente limpias. Las malas prácticas no han desaparecido y aunque son más selectivas, producen elecciones viciadas donde concurren escándalos de malversación de recursos públicos, sesgo en los medios de comuni-



Andrés Manuel López Obrador

cación, cantidades extraordinarias de dinero gastadas durante las campañas, así como múltiples acusaciones por la coacción y compra de votos.

Considerada como una de las estrategias clientelares destinada a intercambiar bienes o servicios por apoyo electoral, la compra de votos ha sido objeto de estudio



Fecha de recepción: 2018-01-20  
Fecha de aceptación: 2018-02-07

\*Académica de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), México.

<sup>1</sup> Pippa Norris, *Why Electoral Integrity Matters*. Cambridge University Press, Cambridge, 2014, p. 113.



creciente en diversas democracias y semi-democracias, donde se reporta como una práctica cada vez más extendida.<sup>2</sup> La perspectiva más tradicional desde la cual se ha abordado este fenómeno, el *clientelismo*, ha enfatizado que lo que hace único este intercambio clientelar es que “el criterio maestro para recibir el beneficio focalizado es el apoyo político, típicamente el voto” lo que la hace diferente a otras estrategias en las que el criterio primario es la membresía a una comunidad o grupo que ha sido focalizado.<sup>3</sup>

Una perspectiva alternativa desde la cual estudiar la compra de votos es la que pone el acento en la *integridad electoral* y su binomio, las malas prácticas electorales. Desde esta perspectiva, la compra de votos es una forma de manipulación que afecta la libertad de los votantes a la hora de decidir por quién votar, pues en lugar de orientarse en función del programa político del partido o candidato de su preferencia, lo hacen en función del intercambio contingente de bienes y servicios.

La compra de votos no es nueva en México. Sin embargo, parece haber crecido conforme las elecciones se han vuelto más competitivas. Uno de los pocos estudios que se han acercado a la medición de esta práctica electoral, por naturaleza oculta y difícil de estudiar, es la encuesta a expertos sobre política estatal (Eepemex). Dicho sondeo, realizado por un equipo de investigadores de la FLACSO sede México, hizo posible evaluar la calidad de las instituciones políticas y de las elecciones en cada una de las entidades federativas en las elecciones para gobernador realizadas entre 2010-2012. Como parte de la encuesta se analizó la presencia de *prácticas electorales fraudulentas*. Es decir, aquellas cuyo propósito es el de “alterar el resultado de la elección”, como el acarreo de votantes o la anulación de votos de la oposición. Al mismo tiempo se indagó sobre *malas prácticas electorales* que, a diferencia de las anteriores, tienen como objetivo “modificar las condiciones de la competencia”, dando ventaja a alguno de los contendientes.

De acuerdo a esta encuesta, *prácticas electorales fraudulentas* como la de que “voten los muertos”, el “Carrusel” y la anulación de votos de la oposición registraron poca incidencia en las elecciones de gobernador en el periodo estudiado. Las *malas prácticas electorales* que afectan la equidad de la contienda tuvieron mayor presencia. Según los datos de la encuesta Eepemex, la compra de votantes y la coacción de votantes se ubican como las nuevas acciones de manipulación electoral. La coacción fue alta en 12 estados, la compra de votantes en 18, mientras que el gasto del candidato del gobierno se registró como alto en 18 entidades.

Otra fuente importante de datos proviene de la Fiscalía Especializada para Delitos Electorales, FEPADE, que en 2015 publicó que los tres delitos más denunciados a través de sus dispositivos electrónicos —fepadetel y fepadenet— habían sido la compra y coacción del voto, el proselitismo el día de la jornada electoral y el condicionamiento de programas sociales. Así mismo se reportó que los partidos involucrados en dichos delitos fueron en mayor medida los partidos con más representación en el Congreso Federal y con más financiamiento público: PRI, PRD y PAN.

Este panorama general de la compra de votos se complementa con los resultados de encuestas de opinión pública como la de Ulises Beltrán y Asociados quien en 2015 intentó documentar la frecuencia, magnitud e importancia de los delitos electorales, en particular de prácticas de condicionamiento de programas sociales y compra de votos. De acuerdo a estos datos, el 44.2% de los encuestados dijo creer que los regalos o favores distribuidos habían influido en el voto de las personas que los recibieron; mientras que 41.1% dijo lo contrario. Aunque es inválido inferir que ello es efectivamente así, es relevante observar que hay una percepción extendida en el sentido de que los bienes y servicios que distribuyen los partidos modifican las condiciones en que un elector toma la decisión de por quién votar, esto es, influyen en la decisión electoral. En elec-

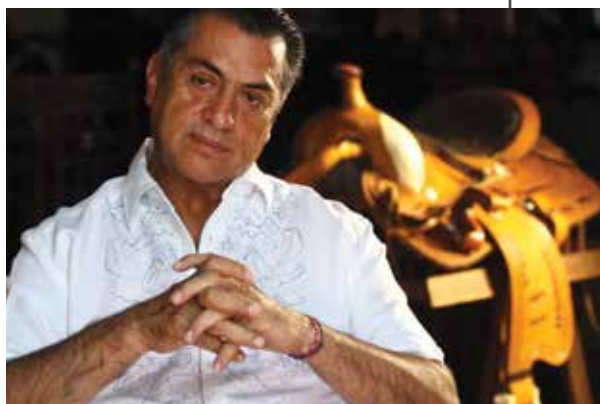
<sup>2</sup> Susan Stokes, *Mandates and Democracy. Neoliberalism by Surprise in Latin America*. Cambridge University Press, Cambridge, 2013.

<sup>3</sup> A. Hicken, *Clientelism. The Annual Review of Political Science*, 14 (2011), p. 294.



ciones altamente competidas, el margen de población que modifica su voto en razón de los bienes recibidos puede hacer la diferencia entre ganar o perder.

Pese a la consolidación de las instituciones electorales en México, y su independencia e imparcialidad general, la investigación y castigo de la compra de votos ha sido totalmente ineficaz. El contexto de competitividad política, la fragilidad de la fiscalización de los recursos de los partidos y la débil sanción social hacia las malas prácticas electorales, no permiten ser optimistas respecto a la presencia de este tipo de prácticas en las elecciones de 2018.



Jaime Rodríguez, alias El Bronco.

## Otra vez a prueba el modelo electoral

### Jesús Cantú\*

Los legisladores mexicanos han limitado la construcción de un régimen democrático fundamentalmente a lo electoral, y después de la alternancia de partido en el Poder Ejecutivo, en el año 2000, se han realizado tres reformas constitucionales directamente vinculadas con los asuntos electorales, emitido una nueva ley electoral, y transformado totalmente la estructura electoral mexicana para hacerla depender de una única instancia nacional.

A pesar de ello, de acuerdo con la última encuesta de Latinobarómetro,<sup>1</sup> únicamente el 33% de los mexicanos confía mucho o algo en las autoridades electorales, es decir, dos terceras partes de la ciudadanía desconfía de la autoridad electoral. Y en la misma encuesta surgen otros dos datos que son muy relevantes y reveladores: únicamente el 48% de los encuestados creen que su voto es secreto, es decir, más de la mitad de la ciudadanía considera que el gobierno,

los partidos políticos o la misma autoridad electoral puede conocer el sentido de su voto; y el 48% de la ciudadanía respondió que en la última campaña electoral vio a candidatos o personas de los partidos repartiéndole regalos o favores en su barrio.

Ambos datos coinciden con los resultados de una encuesta postelectoral que levantamos en la Escuela de Gobierno del Tecnológico de Monterrey, después de la elección presidencial del 2012, en la que el 12.7% de los encuestados respondió que los partidos políticos podían enterarse del sentido del voto; 6.1, las autoridades electorales; 28.2, las autoridades electorales; y únicamente el 53%, consideraba que su voto era secreto. En lo referente a la compra



Fecha de recepción: 2018-02-02  
Fecha de aceptación: 2018-02-07

\*Ex consejero en el Instituto Federal Electoral; actualmente labora en la Escuela de Gobierno del Tecnológico de Monterrey, campus Monterrey.  
<sup>1</sup> Corporación Latinobarómetro, Informe 2017. Corporación Latinobarómetro, Buenos Aires, Argentina, 2017.