

¿La Internet ecualiza el sistema electoral mexicano? El caso de los candidatos independientes en 2015

ALEJANDRO CÁRDENAS LÓPEZ*

En México, la historia ha sido tradicionalmente una fuente de legitimidad política más poderosa que las urnas.

SOLEDAD LOAEZA

El triunfo de seis candidatos sin partido, conocidos como independientes, en las elecciones de 2015 en México coincidió en varios factores: un discurso antipartidos políticos, la incertidumbre de la asignación de recursos y el uso inteligente de los nuevos medios sociales y de la Internet.

En este fenómeno destaca el nuevo contexto legal en México, que hizo posible el lanzamiento de las candidaturas independientes, y la popularización de las redes sociales, que incorporaron a la Internet a la democracia representativa y derivaron en el concepto de democracia electrónica, democracia digital o ciberdemocracia.¹ A ello se añan

* Es maestro en Periodismo Internacional por la Universidad de Gales en Reino Unido y cursa el doctorado en Comunicación en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, donde también es profesor. Como periodista ha trabajado en medios de comunicación como *El Universal*, *Vanguardia de Saltillo*, *El Siglo de Torreón* y actualmente es consultor del portal Aristegui Noticias.

1. Meneses, María. *Ciberutopías: democracia, redes sociales, movimientos-red*. México: Tecnológico de Monterrey / Porrúa, 2015. Citando a Hacker, Kenneth y Van Dijck, Jan. *Digital democracy: issues of theory and practice*, Sage, Nueva York, 2000.

los movimientos sociales que utilizaron las plataformas digitales para articularse en el mundo, como la Revolución de los Jazmines de 2010, en Túnez; la Primavera Árabe en 2011, en Egipto y el movimiento #Más-de131 de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México y el surgimiento de #Yosoy132 a nivel nacional durante la elección presidencial en México en 2012, cuya principal demanda era la democratización y el pluralismo mediático.

De acuerdo con las estadísticas del Instituto Nacional Electoral (INE) sobre la elección de 2015 en México, los candidatos independientes tuvieron solo 0.38% de spots frente a 66.86% de los partidos políticos (véase la tabla 8.1).²

¿Cómo pudieron ganar algunos de los candidatos con una presencia menor en los medios masivos de comunicación? ¿Contribuyó la Internet para equilibrar la contienda en el espacio público virtual? ¿La interacción con los usuarios potenció su campaña?

No se pretende aseverar que el uso de las redes sociales haya sido la causa central del triunfo de los candidatos independientes, pero podemos analizar si fue uno de los elementos que abonaron a un proceso de transición a la democracia de México, sumados a la equidad en la contienda, tanto en recursos como en acceso a medios masivos de comunicación.

Diversos analistas coinciden en que después de los avances de las reformas de 1977, 1976 y 2003 en México, que llevaron a una auténtica transición, se necesitaban cambios en el modelo electoral relacionados con las reglas de operación, las relaciones entre financiamiento público en la política, dinero partidista y medios, así como espacios de vinculación entre política social y elecciones.³

2. La información proporcionada por el INE es un dato relevante, aunque este instituto no muestra el análisis comparativo con los puestos de elección a los que competieron.

3. Woldenberg, José. *La transición democrática en México*. El Colegio de México, México, 2012; Aziz, Alberto e Insunza, Ernesto. "La crisis del modelo electoral mexicano: financiamiento, medios, instituciones y política social", en *Foro Internacional*, México, vol.47, núm.4, 2007, pp. 740-784.

TABLA 8.1 SPOTS PAUTADOS EN PRECAMPAÑAS, INTERCAMPAÑAS Y CAMPAÑAS A NIVEL FEDERAL Y LOCAL EN EL PROCESO ELECTORAL 2014-2015

Tipo de actor	Spots	Porcentaje*
Partidos políticos	27408,688	66.86%
Autoridades electorales	13426,072	32.75%
Candidatos independientes	155,936	0.38%
Coaliciones	2,936	0.01%
Total	40993,632	100%

Fuente: Instituto Nacional Electoral. Numeralia proceso electoral 2014-2015, INE, México, 2015 [DE disponible en: http://www.ine.mx/2015/Docs/Numeralia_ProcesoElectoral_2014-2015.pdf]. Porcentaje calculado por el autor.

Los medios de comunicación también son clave de la “crisis del sistema electoral mexicano”, además de los huecos en la legislación electoral, la inconstante interpretación de las normas electorales por parte de las autoridades en la materia, además de la necesidad de medios públicos verdaderamente independientes y el evadir la concentración mediática, entre otros.⁴

En los últimos diez años se crearon y potencializaron las redes sociales en el mundo, a la par del inicio de la lucha legal del excanciller Jorge Castañeda Gutman por una candidatura independiente a la presidencia en 2006, que en México desencadenó un reconocimiento de la protección judicial de los derechos fundamentales y una legislación limitada, pero que dio resultados tangibles en 2014.

La posibilidad se abrió en 2004, cuando Jorge Castañeda demandó su registro como candidato al entonces Instituto Federal Electoral (IFE). En esas mismas fechas TheFacebook.com fue lanzado por Mark Zuckerberg en Harvard y un año después, en septiembre de 2005, su

4. Cárdenas, Jaime. *La crisis del sistema electoral mexicano, a propósito del proceso electoral 2012*. Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM, México, 2014.

empresa se convirtió en Facebook.com y comenzó a popularizarse en universidades del mundo.

También en mayo de 2005 se lanzó la plataforma de videos YouTube por el diseñador Chad Hurley y el ingeniero en sistemas Steve Chen. Mientras tanto, ese mismo año, Jorge Castañeda agotaba las instancias legales locales para ser admitido como candidato independiente y comenzaba la lucha jurídica en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH).⁵

En julio de 2006 se fundó Twitter por Jack Dorsey y en octubre de ese mismo año Google adquirió YouTube, que en pocos años se convirtió en la plataforma de videos más grande del mundo y el tercer sitio más visitado de la Internet.⁶ También en 2006, en septiembre, Facebook se comenzó a popularizar fuera de espacios universitarios y en 2007 llegó a tener 30 millones de usuarios activos.

Cuatro años después de iniciado el proceso de Jorge Castañeda, la CIDH se pronunció⁷ y en agosto de 2008 condenó a México a ajustar la legislación local de las normas que reglamentan el juicio de protección de los derechos del ciudadano a ser elegido. También en 2008 Facebook introdujo la posibilidad de chatear en su plataforma, mientras que en 2009 el famoso botón de “Me gusta” se añadió y para 2011 era posible personalizar la página de un usuario con fotos.⁸ A la par, YouTube para esas fechas ya realizaba transmisiones en tiempo real y Twitter anunciaba en su sexto aniversario que tenía 140 millones de usuarios y 340 millones de tuits por día.⁹

5. Campos, Gonzalo. “Las candidaturas independientes en México”, en *Revista Derecho del Estado*, núm.33, julio-diciembre de 2014, pp. 86-93.

6. Google. “A Brief History of YouTube”, 2010 [DE disponible en: <http://bit.ly/1Zc43Xu>, consultada en noviembre de 2015].

7. Pelayo, Carlos y Vázquez, Santiago. “El caso Castañeda ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos”, en *Anuario Mexicano de Derecho Internacional*, vol.9, Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM, México, 2009, pp. 791-812 [DE disponible en: <http://biblio.juridicas.unam.mx/estrev/derint/cont/9/pim/pim30.htm>].

8. Jenkins, Brian. “Keeping up with Zuck: a brief history of Facebook features”, en *Techniques: connecting education & careers*, vol.88, núm.8, noviembre y diciembre de 2013, pp. 60-61. 2p.

9. Wasserman, Todd. “Twitter Says it has 140 million users”, en *Mashable*, 21 de marzo de 2012 [DE

Mientras en 2012 Facebook adquirió Instagram por mil millones de dólares y anunció tener 845 millones de usuarios activos en el mundo, en México la denominada reforma política de ese año incorporó en la Constitución el derecho de los ciudadanos a ser registrados como candidatos independientes y en 2013 se reglamentó.¹⁰ Fue hasta mayo de 2014, diez años después de iniciado el caso Jorge Castañeda, cuando se promulgó la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, que dio cumplimiento al mandato constitucional.¹¹

La conectividad fue otro factor importante en la cuestión electoral en México. Aunque en la actualidad sigue muy por debajo del promedio de velocidad en la Internet de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en su momento cuando se instaló la fibra óptica para el uso de banda ancha y se dejó de utilizar la conexión de teléfono a partir de 2006, la velocidad de conexión aumentó poco, pero fue suficiente para que se pudieran ver videos en YouTube.¹² Y desde 2013, con la banda ancha en equipos móviles, YouTube se convirtió en una de las plataformas favoritas no solo para la producción de contenido amateur sino para las campañas políticas y la denuncia ciudadana.¹³ También Twitter ya era la herramienta preferida de los políticos, por su nivel de actualización y tiempo real de la información, con 255 millones de usuarios activos en el mundo.

En esta ecología de medios digitales llegaron los candidatos independientes a competir.

disponible en: <http://mashable.com/2012/03/21/twitter-has-140-million-users>].

10. Campos, Gonzalo. *Op. cit.*

11. En esas fechas Facebook ya había permitido el uso de “etiquetas”, similar a Twitter, y contaba con más de 1,300 millones de usuarios conectados en el mundo; también había anunciado en febrero de 2014 la compra de la red de mensajes en línea WhatsApp.

12. El Universal. “México, lejos de la velocidad promedio de la OCDE”, en *El Universal*, México, 15 de julio de 2015 [DE disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/economia/2015/07/15/mexico-lejos-de-velocidad-promedio-de-internet-de-la-ocde>].

13. Peralta, Leonardo. “La fibra óptica, vulnerable y delicada”, en *CNNMéxico*, 11 de diciembre de 2011 [DE disponible en: <http://mexico.cnn.com/tecnologia/2011/12/05/la-fibra-optica-vulnerable-y-delicada>].

1. CANDIDATURAS INDEPENDIENTES Y REDES

Antes de la reforma política el voto nulo y el abstencionismo fueron las formas de protesta que tenían que ser atendidas y reflejadas en una reforma electoral que moviera a los partidos políticos (que además limitara su financiamiento de acuerdo con los votos emitidos efectivos para cada uno de ellos). Lo que se tuvo fue una reforma muy limitada, pero introdujo la posibilidad de candidaturas independientes.¹⁴ El especialista Eduardo R. Huchim indica que, con la nueva reforma, para ser registrada una candidatura no partidaria se exigen más requisitos que a un partido político.¹⁵

Aun con esas limitaciones, los resultados fueron relevantes: Manuel Clouthier ganó una diputación federal en Sinaloa; Pedro Kumamoto una diputación local en Jalisco; Jaime Rodríguez la gubernatura en Nuevo León; César Valdés la alcaldía de García, Nuevo León; Alfonso Martínez la alcaldía de Morelia, en Michoacán, y Alberto Méndez el municipio de Comonfort, en Guanajuato.

Los seis casos mencionados coinciden en que utilizaron, además de sus estrategias en tierra y aire, la mayoría de las redes sociales más populares: Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, como se muestra en la tabla 8.2.

2. ¿NORMALIZACIÓN O ECUALIZACIÓN DE LA INTERNET?

El académico italiano Wainer Lusoli presenta una aproximación teórica para el estudio de las campañas políticas en línea y analiza la

14. Osorio, Joaquín. "Elecciones 2015: crisis de partidos hegemónicos y emergencia de nuevos actores", en *Del dicho al hecho: opacidad, autoritarismo y verdades a medias (Análisis Plural, primer semestre de 2015)*, ITESO, Guadalajara, pp. 87-106.

15. Huchim, Eduardo. "Un Congreso pastueño", en *Reforma*, México, 23 de mayo de 2014 [DE disponible en: <http://bit.ly/1RRKxxt>, consultada el 13 de noviembre de 2015]. El autor cuestionó además la forma en que se elaboró y aprobó en el Congreso de la Unión, dada la intervención del enviado de Los Pinos, Humberto Castillejos, quien no se limitó a un cabildeo discreto sino que tomó la dirección del proceso legislativo.

TABLA 8.2 CANDIDATOS INDEPENDIENTES EN LAS ELECCIONES DE 2015, PRESENCIA EN REDES*

Ganadores	Sitio web	Twitter	Facebook	YouTube	Instagram
Diputados federales					
Manuel Clouthier, Sinaloa	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Diputaciones locales					
Pedro Kumamoto, Jalisco	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Estatales					
Jaime Rodríguez Calderón, Nuevo León	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Alcaldías					
César Valdés, García, Nuevo León	N/D	Sí	Sí	Sí	N/D
Alfonso Martínez, Morelia, Michoacán	Sí	Sí	Sí	Sí	N/D
Alberto Méndez Comonfort, Guanajuato	N/D	N/D	Sí	Sí	N/D

N/D: no disponible.

*Revisión realizada por el autor en noviembre de 2015. En algunos casos, dado que la Ley Electoral prohíbe la promoción antes de la jornada electoral, podría haber sitios o redes que ya no estén disponibles y que no se hayan contemplado.

ecualización y la normalización en las democracias modernas.¹⁶ El autor vincula la teoría con la posibilidad de aumentar el pluralismo en las contiendas electorales. Estos dos planteamientos son los más aceptados por los especialistas en la materia y marcan los estudios anglosajones y europeos de partidos políticos en línea.

Cuando hay normalización, la Internet es solo un canal de comunicación más dominado por actores políticos relevantes con recursos financieros y económicos para mantener su poder. Sus ventajas en campaña en tierra y aire son complemento de sus actividades. Esta corriente se relaciona directamente con el determinismo tecnológico.¹⁷

16. Lusoli, Wainer. "The Internet and the European Parliament elections: theoretical perspectives, empirical investigations and proposals for research", en *Information Polity*, vol.10, núm. 3-4, 2005, pp. 153-163.

17. Pérez, Gabriel. "El determinismo tecnológico: una política de estado", en *Revista Digital Universitaria*, vol.7, núm.10, 2006. Gabriel Pérez Salazar define el concepto de "determinismo tecnológico" como la creencia que considera que la tecnología es capaz, prácticamente por sí misma, de incidir

La tesis de la normalización, o los efectos mínimos de la Internet, enfatiza que el ciberespacio toma las características de la vida ordinaria. La perspectiva teórica se basa en los cambios estructurales en la sociedad que utilizaban medios de comunicación de texto simple a un fenómeno multimedia de audiencias masivas. Michael Margolis y David Resnick añaden que la Internet, en esta perspectiva, cada vez refleja más las fuerzas políticas que dominan la política y la vida social en el mundo real.¹⁸

Cuando predomina la equalización, por el contrario, los actores políticos menores pueden ser exitosos en línea y potencializar el uso de la Internet con la misma o mayor efectividad que los partidos grandes o actores importantes. Margolis y Resnick son los precursores de este debate con dos corrientes enfiladas de escepticismo y de optimismo en el impacto de las tecnologías en la sociedad y en la política. La comunicación mediada por computadora (CMC) significa políticamente la capacidad de confrontar la actual jerarquía monopólica con medios de comunicación poderosos y, probablemente, revitalizar la democracia basada en los ciudadanos. La idea de una red ciudadana que diseña y controla las comunicaciones en el mundo es una versión de la utopía o el “ágora tecnológica”.

La política ordinaria y la actividad comercial han invadido y capturado el ciberespacio, por eso la “Internet perdió su inocencia política”, porque se muestra más como una sociedad civil pluralista que como un estado natural individualista. Un ejemplo de ello es que la web creció y se volvió económicamente rentable, pero no perdió sus cualidades de interacción.

de manera directa y positiva en el desarrollo social y económico de un contexto particular. Una gran cantidad de actores sociales, principalmente quienes establecen las políticas públicas, asumen que la tecnología es el motor del progreso; dentro de una concepción absolutamente lineal el progreso científico lleva al tecnológico, al económico y al social.

18. Margolis, Michael y Resnick, David. “The normalization of cyberspace”, en *Politics as usual: the cyberspace “revolution”*, Sage, Thousand Oaks, 2000.

Esto se suma a la idea radical de que para las democracias liberales las nuevas tecnologías suponían una gran oportunidad de superar las instituciones representativas y de institucionalizar nuevas formas de representación directa. Otras perspectivas suponen que el uso de la Internet específicamente era la oportunidad para un “renacimiento” de las mismas instituciones representativas, en tanto que pueden reforzar los vínculos entre la población y sus representantes.¹⁹

Destaca el trabajo de Rachel Gibson, Paul Nixon y Stephen Ward, quienes detectan las causas por las cuales los partidos políticos utilizan la Internet en Europa y Estados Unidos, las relaciones y afectaciones internas entre los partidos y la relevancia dentro de las estrategias de campaña.²⁰ Pero la evidencia recopilada que refuerza la teoría de la normalización señala que los principales partidos dominan el ciberespacio, como sucede con los medios tradicionales.²¹

Una de sus conclusiones es que no es simplemente el tamaño o los recursos los que producen las diferencias entre los partidos, sino que los incentivos para usar la tecnología también pueden dar cuenta de las diferencias clave.

Rachel Gibson, al igual que el especialista en la materia Octavio Islas, coinciden en que el ciberespacio no está sacudiendo a los actores políticos tradicionales en estilos de envíos de mensajes radicalmente diferentes ni está llevando a un mundo más equitativo de comunicación política. Para candidatos con pocos recursos será fácil interactuar y hacerse presente en las campañas y los medios dado que aún es mucho

19. Entre los más representativos destacan: Norris, Pippa; Curtice, John; Sanders, David; Scammell, Maggie y Semetko, Holli. *On Message: communicating the campaign*. Sage, Londres, 1999; Padró-Solanet, Albert y Cardenal, Ana. “Partidos y política en Internet: un análisis de los websites de los partidos políticos catalanes”, en *Revista de Internet, Derecho y Política*, núm.6, 2008 [DE disponible en: http://www.uoc.edu/idp/6/dt/esp/padro-solanet_cardenal.html, consultada en diciembre de 2015]; así como Gibson, Rachel; Nixon, Paul y Ward, Stephen. *Political parties and the Internet: net again?* Routledge, Londres / Nueva York, 2003.
20. Gibson, Rachel; Nixon, Paul y Ward, Stephen. *Op. cit.*
21. Los partidos grandes o antiguos tienen más sitios, su perfil en línea es más alto, los enlaces en sus sitios son mayores, se actualizan con más frecuencia y cuentan con niveles generales de sofisticación, como el uso de elementos multimedia. Todos superan a los partidos más pequeños.

más barata la publicidad en un portal que anunciarse en la televisión, la radio o la prensa.²²

3. KUMAMOTO, EL ÚNICO CASO CIUDADANO

Joaquín Osorio destaca que de los seis ganadores de la elección de 2015, Pedro Kumamoto, en Jalisco, fue el único candidato independiente sin militancia previa en algún partido político y representa una nueva forma de hacer política que incluye a los ciudadanos en las calles, que apuesta al compromiso entre ellos y sus representantes. “Su desempeño como diputado marcará una ruta novedosa en la representación ciudadana”, dice.²³

Susana Ochoa, coordinadora de Comunicación del candidato Pedro Kumamoto para la elección de 2015, explicó que su candidatura se fraguó desde 2013 como una consecuencia indirecta del movimiento #YoSoy132 y como parte del movimiento político de jóvenes llamado Wikipolitica.mx.²⁴ El nuevo diputado local era un candidato joven que no había militado en ningún partido político, al parecer sin vínculos cercanos con grupos de poder, sin claridad en la posibilidad de obtener recursos, debido al retraso del INE. Ochoa explica que durante la campaña no contrataron a asesores de marketing político y aceptaron que su campaña fue una combinación exitosa de calle y uso de redes sociales como elemento de movilización e interacción.

El uso eficiente de herramientas móviles como WhatsApp, vinculado con el trabajo de reuniones en tierra con vecinos, generó que pudieran comunicarse con sus posibles votantes de forma

22. Islas, Octavio. “El empleo de Internet en el desarrollo de las campañas de los candidatos a la Presidencia de México”, en *Razón y Palabra*, núm.51, junio-julio de 2006 [DE disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n51/oislas.html>].

23. Osorio, Joaquín. *Op. cit.*, p.101.

24. Susana Ochoa presentó la ponencia “Las redes sociales como elemento clave para la organización ciudadana en la toma de decisiones políticas” el 5 de octubre en “Conexión 2.0: democracia, redes sociales y participación ciudadana en México”, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM en la ciudad de México.

instantánea vía esta herramienta de comunicación. Su equipo de campaña logró movilizar a los simpatizantes con las redes sociales pues no solamente buscaban enviarles el mensaje ni interactuar con ellos desde lo efímero del escritorio, sino una comunicación directa con el votante, más allá de los mismos medios. Rompieron con la necesidad de un mediador, como eran las campañas antes de los años cincuenta del siglo XX, antes de que la televisión tomara el control y en esta década lo está perdiendo ante la presencia de la Internet y los dispositivos móviles.²⁵

Al evitar el uso de medios tradicionales los candidatos abaratan costos dirigidos a cierto perfil en el electorado, dado que cuentan con menores posibilidades de recursos que los candidatos de partidos grandes.²⁶

4. REFLEXIÓN FINAL

Las candidaturas independientes en México se consolidaron a la par de plataformas tecnológicas sociales y de penetración móvil que permitieron la posibilidad de competir con menos recursos, vía el uso adecuado de la Internet y las redes sociales, de sus estrategias digitales.

Casi a regañadientes permitieron un sistema electoral un poco más equitativo dentro de una dinámica dispar con niveles de derroche y financiamiento excesivo a los partidos, a la par de nuevas plataformas de socialización, de bajo costo y penetración relevante. De acuerdo con lo que se vislumbra de forma general, el nivel de interactividad en sus sitios y redes, que aún no se ha estudiado a fondo en esta elección,

25. Cárdenas, Alejandro. "Ya le tocaba a la televisión estar en crisis", en *Liber*, 15 de noviembre de 2014 [DE disponible en: <http://bit.ly/1jbQ7DF>, consultada en noviembre de 2015].

26. La especialización en los estudios más recientes sobre campañas políticas en línea ha generado una serie de características similares: geografía, limitado a uno o dos países; empírico, que evalúa categorías separadas de productores de portales electorales y consumidores, generalmente de partidos y candidatos, y teórico, que se enfoca principalmente en el productor más que en el consumo de contenido electoral. Véase Lusoli, Wainer. *Op. cit.*, p.156.

fue uno de los elementos clave de las campañas, principalmente de los candidatos Pedro Kumamoto, Jaime Rodríguez y Manuel Clouthier.

Los usos de las redes, más allá de únicamente los envíos y la presencia, aprovecharon las ventajas de la web 2.0 y tomaron en cuenta al usuario como ciudadano, dando valor a seguir el hilo de la conversación, aun con el conocimiento de que hay muchas cuentas falsas.

Otro elemento importante es que las encuestas, la Internet y el uso de correo electrónico directo han modificado el rumbo a una mayor profesionalización de los candidatos y llama a nuevos patrones individualizados de comunicación política. En esta dinámica los triunfos de los candidatos independientes son un indicio de las posibilidades, contra todos los pronósticos, de una campaña electoral en ciertos contextos, con el uso inteligente de las redes sociales, sin tener una cobertura amplia de los medios de comunicación masivos y escaso tiempo aire. La inequidad de las contiendas se ve minada aparentemente.

La realidad es que solo seis candidatos independientes ganaron en un universo de un total de 2,159 cargos de elección popular de los comicios del 7 de junio de 2015 para diputados federales y locales, gubernaturas, alcaldías y las jefaturas delegacionales en el Distrito Federal, lo que significa un porcentaje de 0.2%.

Su victoria significa simbólicamente el inicio de una nueva forma de competir por el voto y de gobierno fuera de los vicios del sistema tradicional. Tanto el cambio o la continuidad, la normalización o ecualización, en el fondo son análisis similares de la lógica de las campañas posmodernas o campañas permanentes que representan los estudios más recientes de la comunicación política.²⁷

En términos de votos y habitantes representados, esos cinco triunfos, y los que concursaron, significa una población relevante; por ejemplo, Nuevo León, uno de los estados con más habitantes del país, y

27. Lilleker, Darren y Jackson, Nigel. *Political campaigning, elections and the Internet: comparing the US, UK, France and Germany*, Routledge, Londres, 2010.

Morelia, la capital de Michoacán, aunado a las otras alcaldías y diputaciones federales y locales.

De acuerdo con el INE, de los 122 aspirantes a candidatos independientes a diputados federales solo 22 obtuvieron registro, 18%, y de ese total solo dos mujeres pudieron competir. Si comparamos esa cantidad de 22 con registro con los 58 ciudadanos que para la elección de 2012 solicitaron al extinto IFE ser candidatos a la presidencia y fueron rechazados por no cumplir con la Constitución,²⁸ podríamos decir que el avance es sustancial y ese interés ciudadano solo se pudo consolidar legalmente dos años después. La realidad es que sólo ganó un diputado, Manuel Clouthier, en Sinaloa, por el V distrito.²⁹

En cuanto al promedio de votación, obtuvieron 9.24%, una cifra que es más alta de lo que en el plano nacional tuvieron partidos nuevos o pequeños como Morena (8.37%), el Partido Verde (7.06%), Nueva Alianza (3.74%), Movimiento Ciudadano (5.99%), Partido Humanista (2.14%) y Encuentro Social (3.30%).³⁰

El impacto de las candidaturas independientes debe ser analizado más a fondo y estudiado con metodología empírica de bases de datos y redes sociales para poder aseverar que han equalizado el sistema político. Lo que sí se puede afirmar es que sus objetivos, como dijo Ochoa, coordinadora de comunicación de Kumamoto, “no fue ganar una elección sino evidenciar un sistema político que no funciona, que se puede hacer política de manera distinta, y probar los alcances de una candidatura independiente”.

28. CNN México. “El IFE niega otorgar la candidatura presidencial a 58 ciudadanos”. en *CNNMéxico*, 29 de marzo de 2012 [DE disponible en: <http://cnn.it/iIUpOqV>].

29. Saldierna, Georgina y Herrera, Claudia. “De 122 aspirantes a candidatos independientes, sólo 22 obtienen registro”, en *La Jornada*, México, 4 de abril de 2015 [DE disponible en: <http://bit.ly/1Gfi8gp>, consultada en noviembre de 2015].

30. Además de la victoria de Clouthier, hubo cuatro aspirantes que quedaron en segundo lugar, con votaciones de entre 16% y 20%: Antonio Mota, en Pachuca, estado de Hidalgo; en el estado de Sinaloa, Víctor Antonio Corrales, en Mazatlán, Alfredo Ayala, en El Fuerte y Vidal Jiménez en Culiacán; este último fue rector de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Arteta, Ixtaro. “Los independientes debutan ‘con el pie derecho’ en las elecciones”, en *CNN México*, 10 de junio de 2015 [DE disponible en: <http://cnn.it/1TbqWby>].

TABLA 8.3 CANDIDATOS INDEPENDIENTES A DIPUTADO FEDERAL QUE OBTUVIERON REGISTRO DEL INE

Estado	Total	Nombre(s)
Sinaloa	5	Jesús Alfredo Ayala López Manuel Jesús Clouthier Carrillo Víctor Antonio Corrales Burgueño José Vidal Giménez Ramírez Giova Camacho Castro
Veracruz	4	Eduardo Sergio de la Torre Jaramillo Rafael Pérez Sánchez Esteban Valles Martínez Roberto García Alonso
Tamaulipas	3	Diana Elizabeth Chavira Martínez Jorge Prisciliano Rentería Campos Manuel Heriberto Santillán Martínez
Puebla	2	Manuel Alberto Merlo Martínez Jesús Amador Hernández Barbosa
Nuevo León	1	Blanca Lilia Sandoval de León
Nayarit	1	Carlos Manuel Ibarra Ocampo
Hidalgo	1	Antonio Mota Rojas
Distrito Federal	1	Eliseo Rosales Ávalos
Quintana Roo	1	Andrés Florentino Ruiz Morcillo
Tabasco	1	Adolfo Pulido Santiago
Tlaxcala	1	Daniel Romero López