

# El candidato mexicano que solo necesita 500 dólares

Cuando Pedro Kumamoto decidió ser un candidato independiente, se lo tomó al pie de la letra. El joven de 25 años se ha presentado a las elecciones para el Congreso del Estado de Jalisco (occidente de México) sin partido y con una financiación mínima que se sostiene de aportaciones privadas. El candidato tiene una condición para quienes desean apoyar su campaña económicamente: Nadie puede dar más de 500 dólares (7.000 pesos mexicanos).

El 7 de junio serán las elecciones en las que por primera vez se presentarán candidatos independientes en México. Antes era indispensable que un partido respaldara a un candidato, asumiera sus compromisos y recibiera recursos de la formación política para su campaña. En un país donde la financiación pública es el pilar que sostiene a las campañas electorales, el caso de Kumamoto es excepcional. El candidato recibió 1.200 dólares (18.626 pesos) de dinero público, el resto —2.200 dólares (35.000 pesos)— han sido entregados por simpatizantes que se han sumado en una especie de *crowdfunding* a la bandera de la independencia.

Kumamoto explica a *EL PAÍS* que el límite de 500 dólares para entregar aportaciones a su campaña está pensado para que los ciudadanos participen sin ser aventajados por individuos con mayor capacidad económica. (...)

Los nueve candidatos con los que Kumamoto se disputa el puesto cuentan con recursos de hasta 84.000 dólares (1.300.000 pesos) para los 40 días que dura la promoción electoral. El candidato no se siente empujado por las grandes estructuras de los partidos políticos y presume de un equipo de 80 voluntarios que le acompañan por la calles de Zapopan para promover su programa electoral. “Esta campaña no podría haberse hecho hace 10 años”, señala. El político ha aprovechado que su distrito electoral goza de una clase media informada y una gran cantidad de estudiantes universitarios para esparcir su mensaje a través de las redes sociales.

“A mí no me gusta cómo han hecho la política por mí”, expone sobre sus razones para presentarse a las elecciones. Kumamoto apenas se graduó hace un par de años de la universidad ITESO de Guadalajara como gestor cultural, tras salir se sumó a la plataforma *Wikipolítica* para impulsar la reforma política que ha permitido que a partir de ahora candidatos sin partido puedan postularse.. Dice que es parte de una “generación del descontento”, que fastidiada de los partidos políticos ha decidido tomar las riendas del servicio público.

El político transmite optimismo y propone un programa electoral cercano a los ciudadanos. “Esta es una oportunidad histórica porque podemos llegar al Congreso sin el permiso de los partidos políticos”, comenta. Sus propuestas para la agenda legislativa del Congreso de Jalisco tienen como base la participación ciudadana. “Cada iniciativa que yo presente en el Congreso debe estar respaldada por 7.200 ciudadanos” (el mismo número de personas que le respaldó con su firma para obtener su candidatura). Además, explica, sus propuestas estarán dirigidas hacia la movilidad, la fiscalización de los servidores públicos y los presupuestos participativos.

Las elecciones de este año serán las más costosas de México con 1.200 millones de dólares. Del total, los partidos políticos cuentan con 338 millones de dólares para gastos de campaña.

Sonia Corona, *El País*, 9.05.2015

**Posibilidad de presentación oral**  
***El candidato mexicano que solo necesita 500 dólares***

**INTRODUCCIÓN**

Artículo del diario español *El País* – mayo de 2015 – tema = la vida política mexicana

**SÍNTESIS**

1) **¿Qué?** Un candidato independiente atípico para las próximas elecciones mexicanas al Congreso del Estado de Jalisco.

2) **¿causas?** 7 de junio = primeras elecciones con candidatos independientes en México (Antes era indispensable que un partido respaldara a un candidato) - Pedro Kumamoto joven de 25 años - sin partido (“A mí no me gusta cómo han hecho la política por mí”) – participó en la plataforma *Wikipolítica* para impulsar la reforma política que ha permitido que candidatos sin partido puedan presentarse - financiación mínima (aportaciones privadas) – Nadie puede darle más de 500 dólares (quiere que los ciudadanos participen sin ser aventajados por individuos con mayor capacidad económica) - Los otros candidatos cuentan con recursos de hasta 84.000 dólares - elecciones de este año = las más costosas de México con 1.200 millones de dólares (338 millones de dólares para gastos de campaña de los partidos).

3) **¿consecuencias?** un caso excepcional – dispone de 3600 dólares : 1.200 de dinero público, 2.200 por simpatizantes - no se siente “empequeñecido” - equipo de 80 voluntarios – “una campaña no podría haberse hecho hace 10 años” - gran cantidad de estudiantes universitarios para esparcir su mensaje a través de las redes sociales - programa electoral cercano a los ciudadanos basado en la participación ciudadana (movilidad, fiscalización de los servidores públicos, presupuestos participativos) – “oportunidad histórica porque podemos llegar al Congreso sin el permiso de los partidos políticos” - “Cada iniciativa que yo presente en el Congreso debe estar respaldada por 7.200 ciudadanos” (el mismo número de personas que le respaldó con su firma para obtener su candidatura)

**Pistas de COMENTARIO**

1. **Iniciativas ciudadana en México: “#YoSoy132”**, grupo de estudiantes que en 2013 intentó impedir la elección de Peña Nieto y que organizó un debate en Youtube con 3 de los 4 candidatos a presidente (no acudió Peña Nieto, precisamente)– **“Ladies & Gentlemen”**, grupo de ciudadanos que denuncia en internet a los personajes de la “alta sociedad mexicana” que utilizan su fama, dinero e influencias para amenazar y abusar de trabajadores públicos y privados en México - **los Súper Cívicos** : “escuadrón” de cuatro ciudadanos que vigila las calles para “castigar”, con humor e ingenio, a infractores de leyes urbanas - **#AyotzinapaSomosTodos** : en *Twitter* sirvió para organizar protestas en todo el territorio nacional a raíz de la desaparición de los 43 estudiantes de la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa, en el estado de Guerrero.

2. **Clase política mexicana:** Figuras de la cultura mexicana analizaron el panorama de estas elecciones (estatales, municipales y a legisladores) en un artículo publicado en *El País* el 27 de mayo de 2015, “*México necesita una oposición alternativa a los grandes partidos*”. Historiadores, actores, escritores, arquitectos piensan que lo único que han hecho los tres grandes partidos nacionales (PRI, PRD, PAN) es “*formar un bloque para solaparse mutuamente sus corruptelas*” – “*Apuntalar a los candidatos independientes es lo mejor que podemos hacer*” – Existe una posibilidad de que un candidato independiente, Jaime Rodríguez 'El Bronco', gane las elecciones a gobernador del nortero Estado de Nuevo León, uno de los más ricos y poderosos de México. “*transmitiría la idea de que se puede competir más allá del marco partidario y desataría candidaturas independientes de cara a las elecciones presidenciales de 2018*”

**Pistas de CONCLUSIÓN**

Unas elecciones que podrían introducir una dosis de novedad en el panorama político mexicano, un primer cambio en un sistema en el que ya nadie confía ni cree.

## Complemento 1 : *“Los partidos se han olvidado de los jóvenes, los han abandonado”*

Carteles electorales que huelen a rancio, lenguaje de otra época, promesas vacías. Así perciben la mayoría de jóvenes mexicanos la política de su país. Oyen hablar de las elecciones intermedias del 7 de junio y, como si se tratara de un reflejo involuntario, ponen los ojos en blanco. Existe entre ellos la convicción de que las cosas tienen que cambiar, el remordimiento de no hacer lo suficiente, de estar perdidos. Una palabra se repite: desconexión.

María Valdez, arquitecta de 25 años, lamenta que los partidos políticos y los jóvenes sean dos ideas excluyentes: "Si en algún punto se unen es por la existencia de un conflicto". "Somos una parte incómoda de la sociedad, cuando levantamos un poco la voz tratan de ignorar que estamos ahí. No nos tienen en sus planes, ni siquiera discursivos, mucho menos legislativos", apunta segura Melisa Sandoval, licenciada en comunicación y de la misma edad que Valdez.

El coordinador del seminario de Investigación en Juventud de la Universidad Autónoma de México (UNAM), José Antonio Pérez Islas explica que los partidos se han quedado anticuados y observan a los jóvenes solo desde un punto de vista utilitario, como mano de obra "barata". Y va más allá: "Los han abandonado, ninguno tiene una propuesta juvenil real, solo hablan de educación, deporte y drogas. No se han planteado qué necesitan realmente".

Pese al descontento generalizado, el 80% de los jóvenes mexicanos cree que es conveniente participar en unas elecciones, según las cifras de la última Encuesta Nacional de Juventud (2010). Sin embargo, Pérez Islas, que ha coordinado también estudios de este tipo, explica que la abstención es muy alta entre la población de entre 25 y 29 años (alrededor de un 70%). No ocurre lo mismo con todos los rangos de edad. Los que tienen la opción de votar por primera vez, o de las primeras veces, lo hacen en su mayoría. El problema, según señala Pérez, es que a partir de los 20 años la participación cae en picado.

En un país en el que hay más de 36 millones de personas entre 12 y 29 años, un 30% —una cifra muy superior a la mayoría de países de la OCDE— sorprende que las propuestas juveniles escaseen en los programas electorales. Según la mayoría de los entrevistados (15 jóvenes), los partidos políticos no han sabido cómo gestionar sus preocupaciones diarias.

Una de ellas es la vivienda, en México un 40% de los que tienen entre 20 y 29 años todavía vive con sus padres. Otra más importante es el empleo. En 2012, Corea y México presentaron tasas de desempleo más altas entre los adultos con educación superior de todos los países de la OCDE y con una diferencia todavía más marcada entre los adultos jóvenes (de 25 a 34 años): el 6,7% de los graduados de educación superior y el 4,5% de los jóvenes adultos con educación por debajo de la enseñanza media superior están desempleados.

Adriana Ortega, de 26 años y licenciada en Relaciones Internacionales, no pudo soportar ver el cartel electoral de un candidato del PRI-Partido Verde en su delegación (Benito Juárez, Distrito Federal). "Xih Tenorio tuvo la idea de hacer un eslogan pidiendo que enviáramos el currículum. Y sí, vale. Tenemos un problema de desempleo, pero que no nos tomen por tontos". Otro de ellos, Luis Pacheco, periodista de 25 años, les echa un capote a los políticos: "Pese a todo, vemos que las campañas se acercan a la calle y se esfuerzan por convencer a los ciudadanos. Las cosas han cambiado mucho desde el año 2000, ahora saben que el voto del ciudadano pesa".

José Antonio Pérez Islas reconoce que la reforma de la educación, llevada a cabo por el Gobierno de Peña Nieto en 2012 —que, entre otras cosas ofrece acceso universal y gratuito hasta bachiller o preparatoria a nivel nacional— fue un paso importante. Aunque matiza: "El problema es que a nadie se le ha ocurrido plantearse qué tipo de escuela necesitan, si se debería mantener el mismo sistema educativo, los contenidos, unos salones de clases que parecen del siglo XIX, profesores que piensan que poseen el conocimiento total". Y, resume: "El tema de la educación se trata desde una perspectiva antigua".

En la televisión, en las calles, se ven candidatos jóvenes. Pero tampoco convencen. "Hasta ellos hablan y actúan con cabeza de adulto. Cuando toman el poder dejan de lado el tema juvenil, se vuelven unos burócratas", asegura Pérez Islas. Luis Pacheco explica que el problema ha sido la comunicación: "No han sabido explicarnos cómo nos pueden beneficiar sus medidas". Hasta los partidos que acaban de nacer, los han dejado de lado, según el profesor, y pone el ejemplo de Morena.

Las encuestas que publica el diario El Financiero, y realizadas por la agencia Parametría, señalan que los universitarios se decantan más por el conservador Partido Acción Nacional, mientras que los de menos escolaridad prefieren al Partido Revolucionario Institucional (el que actualmente gobierna el país). "Una parte importante de universitarios han apoyado siempre a la derecha porque al final son una élite los que tienen acceso a la educación superior", asegura Pérez Islas.

La mayoría ve las elecciones como un espectáculo que ocurre ajeno a ellos. Con otros espectadores. Pero se sienten responsables. "Hay inquietudes desorganizadas, nos hace falta canalizar la voluntad de arreglar las cosas en algo que de verdad genere cambio", sentencia Valdez.

Casi todos aseguran que irán a votar. Pero a dos semanas de la fecha electoral, confiesan no saber a quién. Desilusionados, arrojarán su papeleta dentro de la urna, con la esperanza de que algún día se les devuelva el favor.

Elena Reina *El País* 2.06.2015

---

## Complemento 2 : *Iniciativas ciudadanas en México : "Ese anuncio no"*

El anuncio con la cara de un candidato a diputado cuelga en un semáforo en el sur de la Ciudad de México. Un grupo de vecinos se ha decidido a quitarlo y con ayuda de tijeras y una escalera cortan las cuerdas que lo sujetan. A una semana de las elecciones intermedias en México esta escena ha comenzado a repetirse ante el crecimiento de la iniciativa Quita Un Anuncio, que un grupo de ciudadanos ha impulsado, a través de las redes sociales, para promover el retiro de la publicidad electoral que viola la ley.

En México es común que durante las campañas las calles se adornen con letreros de todos los partidos políticos y candidatos. La Ley General de Procedimientos Electorales señala que estos anuncios nos pueden ser colgados en farolas, postes de teléfono, semáforos, señalamientos viales, puentes peatonales y monumentos, sin embargo, estos son los sitios donde más se encuentran. Con Quita Un Anuncio los ciudadanos buscan señalar a los candidatos que violan la ley.

"Es una idea que surge de la naturaleza colaborativa de las redes sociales y un hartazgo de la gente por la clase política", explica el activista Jesús Robles Maloof, uno de los impulsores de la iniciativa. El también abogado se alió en 2012 con un grupo de ciudadanos que a través de Facebook y Twitter pedían a la gente que retirara los anuncios, tomase una fotografía y la compartiera en esas plataformas. La idea se ha expandido en otras ciudades del país durante la campaña de este año. "Me siento satisfecho de que la gente se ha apropiado de la iniciativa", comenta.

La tarea de quitar anuncios políticos no ha sido fácil. En las avenidas los ciudadanos se han encontrado con policías que cuestionan la acción o colaboradores de los partidos políticos que les impiden el retiro de la publicidad. Robles Maloof ha publicado una guía para orientar la acción y para evitar problemas con las autoridades. Hasta ahora, explica, solo han sido detenidos un grupo de siete estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) quienes fueron liberados después de que el ministerio público no encontrase un delito del que acusarlos.

El rechazo a la publicidad de los candidatos crece a la par que el repudio a los partidos políticos. Un estudio de la analista María Amparo Casar desvelaba la semana pasada que el 90% de los mexicanos cree que los partidos políticos son corruptos. Sus anuncios no son bienvenidos. "Es basura que no debe de estar ni aunque sea de empresas ni de políticos. Sobre todo de los políticos que además están buscando ser la autoridad", comenta Roberto Salas, un empresario que se ha sumado a Quita Un Anuncio.

La iniciativa ha buscado que los ciudadanos devuelvan la publicidad a los partidos o que reciclen los materiales, principalmente de plástico, de los que están hechos. Otros mexicanos han pedido, a través de redes sociales, a los candidatos que se encarguen de quitar la publicidad que viola la ley. "Los políticos han abusado de la idea de poner anuncios en la vía pública. No están generando empatía, lo único que están provocando es más rechazo hacia ellos", apunta Salas. A pesar de los esfuerzos por despejar el panorama de las calles de México, algunos candidatos insisten en poner sus anuncios después de que los vecinos retiran la publicidad. Robles Maloof reconoce que lentamente los partidos han comenzado a entender que este tipo de publicidad está por extinguirse.

Sonia Corona, *El País*, 1.06.2015