

Helcimara TELLES y Alejandro MORENO. *Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina: O eleitor latino-americano.* Belo Horizonte: UFMG, 2013. 586 pp. ISBN: 978-85-7041-995-8.

Tradicionalmente la literatura académica sobre el comportamiento político y electoral latinoamericano no muestra atención al elector, así como las influencias de corto y largo plazo que afectan a su comportamiento político y la decisión de voto. La recurrencia de elecciones democráticas ha evolucionado en América Latina, una región marcada por las dictaduras violentas que han dejado un gran legado al sistema político de algunos países de la región. En este sentido, la investigación en este campo de análisis puede señalar importantes tendencias, características y caminos seguidos por las sociedades de

América Latina y de sus instituciones políticas, a fin de revelar las rupturas y continuidades –e incluso los desafíos– desde una visión general de la región, el estudio de casos concretos y de análisis comparado.

En el libro *Comportamento Eleitoral e Comunicação Política na América Latina: O eleitor latino-americano*, organizado por Telles y Moreno (2013), autores de varios países explotan una rica gama de temas relacionados con América Latina, revisando las teorías institucionales, metodológicas y explicativas, estudios teóricos de la votación y la comunicación política, entre otros. Sin embargo, se utilizan estos elementos para explicar los fenómenos de la región sin ningún cambio, como en los países occidentales centrales, donde se han podido aplicar la mayoría de las teorías. Los 19 autores de seis países de América Latina tampoco atribuyen un gran particularismo excesivo de casos de la región, con el fin de eliminarlos de cualquier tipo de tradición de análisis, como así lo señala Gláucio Soares, en el prefacio del libro.

El libro es una referencia importante en los estudios sobre el comportamiento electoral y la comunicación política, especialmente usado por los debates y análisis en temas muy reciente, ya que se convierten, en cada elección, dentro del curso de las campañas electorales, en las relaciones entre las elites gobernantes y ciudadanos, para favorecer la participación política, tales como el uso de Internet y las redes sociales. El trabajo se organiza en dos bloques temáticos para cubrir más plenamente el tema. El primer bloque consta de ocho capítulos, que tratan la decisión del voto y el comportamiento político. Los capítulos tratan de ofertas partidistas en los países de América Latina, y demuestran cómo la investigación sobre este tema es rica y difícil, además de apuntar la dificultad de las generalizaciones acerca de la decisión de voto en todos los países del continente (Leticia Ruiz); la Teoría de voto Económico en el contexto de América Latina (Malco Camargo; Sébastien Dubé; María Celeste Ratto y José Ramón Montero); el comportamiento político en América Latina (Helcimara Telles; Pedro Lopes Mundim y Nayla); el tema de la corrupción y su percepción entre los ciudadanos brasileños (Fernando Filgueiras).

El último surge como un tema importante en varios países examinados en el libro, ya que resulta impactante en época de elecciones en lo que se refiere a la moralidad. Su estudio no se limita específicamente a las elecciones, pero se ocupa de varias cuestiones relacionadas con las decisiones y acciones de gobierno y la visión de la población en relación con la esfera política (Jaime Fonseca), y el cambio en el comportamiento electoral y sistemas de partidos venezolano (Héctor Briceño).

La segunda parte está dedicada a la comunicación política y las nuevas tecnologías de la información. Algunos capítulos sacan a la luz la importancia de estas nuevas herramientas interactivas para que los resultados de una campaña electoral sean favorables, y la nueva configuración de las sociedades de algunos países de América Latina, como en el capítulo de Sylvia Iasulaitis, Alejandro Moreno y Karla Mendizabal. El advenimiento de los medios de comunicación ha puesto en evidencia que las campañas electorales contemporáneas han instalado algunas dudas acerca de la centralidad del papel de los partidos políticos en el desarrollo de las mismas. El capítulo de Giliard Tenorio recupera, sin embargo, la perspectiva de la relevancia de las partes en la búsqueda de la

publicidad política. Mediante el análisis de la publicidad gratuita partidista en Brasil, Tenorio demuestra que esto sigue siendo un lugar para la consolidación de los partidos, aunque evoque la retórica personalista, pues los propios partidos utilizan los medios con el fin de resaltar su comunidad y aspectos programáticos.

Francisco Fonseca se centra en el papel de los medios de comunicación en la transición democrática en Brasil, específicamente en las elecciones de 1989 a la luz de la concepción *gramsciana* de la hegemonía. Analiza el papel activo de los medios de comunicación en la creación de una campaña favorable a Collor, candidato de pensamiento neoliberal. Luiz Claudio Lourenço estudia los debates, su campaña y la cobertura de los medios en las elecciones presidenciales de Brasil de 2002, cuando fue elegido Lula da Silva por primera vez. Los debates fueron percibidos por los electores como piezas importantes de información para la elección de los candidatos, no sólo para la difusión de los aspectos programáticos, sino también para la transmisión del lenguaje no hablado, carácter gestual y performativo de los candidatos. Por otra parte, Isabel Ferin Cunha y Rita Figueiras exploraron la cobertura mediática de la campaña electoral de 2009 en Portugal, poniendo de relieve el lugar de los partidos políticos en el espacio de la televisión y la prensa, el personalismo y el género, donde los candidatos demostraron su fuerza en la competición.

La grandeza del libro también se encuentra en la creatividad y la coherencia de las metodologías y perspectivas aplicadas por los autores, que resultan a veces evidentes, a la vez que innovadoras y originales. Otras dimensiones exploradas para explicar algunos casos de América Latina son los ajustes económicos –donde destacan las crisis–, el contexto histórico, el papel de los partidos políticos y los líderes y sus propias campañas electorales, profundamente marcadas por los medios de comunicación en la modernidad y el desempeño de los candidatos en los medios de comunicación de masas.

Los estudios sobre el comportamiento electoral y la comunicación política en América Latina apuntan a la dificultad de establecer patrones de comportamiento que son más generalizables. Esta dificultad se debe principalmente a que es una región en constante cambio: económico, institucional, político, cultural, histórico, circunstancial. Se observa, sin embargo, que están muy presentes en los casos de América Latina la volatilidad de los votantes y el personalismo del sistema político, aunque estas no son características exclusivas de América Latina. Aspectos de pruebas a corto plazo son de especial impacto en la decisión de los votantes, posiblemente más de los elementos de largo plazo, sobre todo, porque son democracias jóvenes y poco consolidadas. Esta decisión lógica de ir a votar cambió con el tiempo, debido principalmente a la creciente importancia de Internet y las redes sociales como medio alternativo de obtención de información y participación política.

De todos modos, las campañas y los medios de comunicación tradicionales siguen siendo muy relevantes. Los resultados dinámicos de las elecciones pueden configurar o mostrar los cambios sociales más amplios que van más allá de este momento de la elección de los gobernantes, en particular, e incluso el ámbito de la política. Trabajos como esta colección permiten un acercamiento para entender en su totalidad la actitud de los votantes de América Latina.

Como bien se indica en el prefacio del libro de Gláucio Ary Dillon Soares, la diversidad de autores y temas retratados en el texto no revela la importancia de la obra que aquí se está intentando presentar. El libro consigue articular 19 autores de la región iberoamericana, que retratan los temas de comportamiento político y electoral en sus diversos enfoques. Así, el libro de Helcimara Telles y Alejandro Moreno muestra un marco para el estudio de esta temática, así como para la comprensión de América Latina.

Paulo Victor MELO y Aline BURNI
Universidad Federal de Minas Gerais