



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

CENTRO UNIVERSITARIO UAEM AMECAMECA
LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

ELEMENTOS QUE INFLUYERON EN EL DESARROLLO Y RESULTADO DE LA CAMPAÑA ELECTORAL PRESIDENCIAL DEL PRD EN EL 2006.

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA PRESENTA :
LÓPEZ MAYORGA ARIEL



BAJO LA DIRECCIÓN DE:
Dr. DAVID PADILLA MACAYO

El presente trabajo es un esfuerzo en el cual, directa o indirectamente, participaron varias personas, leyendo, opinando, corrigiendo, teniéndome paciencia y sobre todo dándome ánimo.

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

Papá y mamá

A mi padre Ulises López Guzmán, gracias por tu apoyo, la orientación que me has dado. Agradezco los consejos que en el momento exacto has sabido darme para no dejarme caer y enfrentar los momentos difíciles, por ayudarme a tomar las decisiones que me ayudan a balancear mi vida y sobre todo gracias por el amor tan grande que me das.

A mi madre, Elsa Mayorga Guerrero, tu eres la persona que siempre me ha levantado el ánimo en los momentos difíciles de mi vida. Gracias por tu paciencia y esas palabras que siempre tienes para mis enojos, mis tristezas y mis momentos felices, por ser mi amiga y ayudarme a cumplir mis sueños te amo mamá.

Quiero agradecer a mi compañera de vida, mi esposa Tania Monserrat López Guzmán, mil gracias por acompañarme en este proceso, por tu comprensión, paciencia, fortaleza y por los regaños que permitieron que pudiese terminar el presente trabajo. Contigo aprendo constantemente. Te Amo.

A mi princesa Hinari por quien cada día tiene sentido, el motor de mi vida, en busca de un mejor futuro, a ella mi esperanza, mi alegría, mi vida y la culminación de este trabajo y lo que representa te amo.

A mis maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedico cada una de estas páginas de mi tesis.

Agradezco al Dr. David Padilla Macayo por aceptarme para realizar este trabajo de tesis, ya que su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas han sido un aporte invaluable. Gracias por haber confiado en mi persona, por la paciencia y por la dirección de este trabajo.

Al Dr. Rafael Cedillo Delgado por su paciencia ante mi inconsistencia, por la orientación y la ayuda que me brindo para la realización de esta tesis

A la Mtra. María del Pilar Silva Rivera por sus importantes aportes y la participación activa en el desarrollo de esta tesis, debo destacar su disponibilidad y paciencia.

Índice

Introducción.....2

Capítulo I. Elecciones y partidos en México

1.1.-Campañas electorales, financiamiento y Marketing electoral.....9

1.2. Partidos políticos y procesos electorales.....18

1.3. Desarrollo electoral y candidatos presidenciales del PRD.....27

Capítulo II. Desarrollo de la campaña electoral presidencial del 2006

2.1. Reflexión sobre las campañas electorales en México.....33

2.2. Desarrollo de la campaña electoral 2006.....36

2.3. Guerra sucia.....40

2.4. Análisis de los spots de la guerra sucia.....43

2.5. Injerencia del ejecutivo en la campaña electoral.....48

2.6. El papel del IFE durante el proceso electoral del 2006.....50

2.7. Estrategia, estilo de campaña, rasgos de personalidad y actitudes del candidato del PRD.....52

Capítulo III. Análisis del voto perredista

3.1. El Voto del PRD en el 2006.....56

3.2. El voto clientelar.....67

3.3. Regionalización del voto.....70

Conclusiones.....79

Bibliohemerografía.....82

Introducción

¿Por qué es importante el estudio del proceso electoral del 2006? Esta pregunta es la que dio origen al presente trabajo, ya que hubo un gran número de elementos que influyeron tanto en el desarrollo como el resultado de la elección presidencial colocándola en un lugar diferente al resto de las elecciones en la historia de México.

Es importante conocer cuáles fueron estos elementos debido a que el país pasó por una alternancia de un sistema no competitivo con la existencia de un partido hegemónico a uno democrático. Es trascendental conocer lo ocurrido durante este proceso, las elecciones más competidas de la historia del país con el más elevado grado de incertidumbre electoral y a la vez más cuestionada.

El proceso fue contendido principalmente por dos candidatos el del Partido Acción Nacional (PAN), Felipe Calderón Hinojosa, y el del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Andrés Manuel López Obrador, quien estaba en alianza con el Partido del Trabajo y Convergencia. Crearon la “Alianza por el Bien de Todos”. Se decidió dejar fuera de la investigación al Partido Revolucionario Institucional (PRI) debido a que en el proceso electoral del 2006 ocupó la tercera fuerza política nacional junto con el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y otros partidos y candidatos Nueva Alianza (NA) Alternativa Socialdemócrata y Campesina (ASDC) que no trascendieron.

Cuando se analizan los elementos que influyeron de forma negativa queda el dilema, sobre si pudieron ser evitados; una elección llena de desacreditaciones

hacia los partido y candidatos; las intromisiones de personajes que no tenían ningún atributo para hacer proselitismo.

Es por esto que resulta de gran relevancia, examinar la elección del 2006 por todos estos elementos que influyeron para llevar a esta elección a un lugar especial en la historia electoral de nuestro país.

Es de gran valor conocer las características de los procesos electorales en nuestro país para identificar como es que estos han ido evolucionando a través de la historia para diferenciarlos del 2006.

Los procesos electorales en nuestra historia los podemos dividir en tres etapas la primera comienza en el año de 1929 y termina en el año 1985, dicha etapa se caracteriza por la existencia de un partido hegemónico que no tiene ningún tipo de oposición ya que en los comicios electorales vence a sus opositores.

La segunda etapa comienza en el año de 1988 y termina en 1997 con la existencia del partido predominante, donde la oposición comienza a ganar elecciones importantes. La última etapa se da a partir del año 2000 cuando el partido hegemónico es derrotado y accede al poder el primer partido de oposición, se da una alternancia en el poder.

Con lo ocurrido en el 2000 se pensó que se reforzaría el sistema democrático del país, por fin un verdadero sistema de competencia electoral. Pero se puede decir que los partidos no estaban preparados para dicha democracia ya que en los comicios del 2006 se dieron una serie de elementos, ya sean errores o aciertos por parte de los candidatos y partidos, que marcaron el rumbo hacia una victoria o una derrota.

Estos factores de los partidos y los candidatos influyeron de gran manera en el electorado, provocando una gran volatilidad del voto. Estos factores son:

1. La guerra sucia electoral implementada por los asesores de campaña del PAN y PRD, estrategia para restarle votos a su mayor opositor, se dio principalmente en los medios masivos de comunicación.
2. La injerencia del ejecutivo, implemento una campaña a favor de su candidato para hacerle proselitismo y decir al electorado que tenemos que “seguir por el mismo camino,” ayudado del ex mandatario Español José María Aznar que de visita en nuestro país declaro ante militantes del PAN lo siguiente, "Yo estoy aquí para decir que, deseo que Felipe Calderón sea el nuevo presidente de México, por el bien de todos los mexicanos", ya que el país se había superado desde la llegada de PAN al poder.
3. Una serie de grupos que apoyaban al PAN como lo son la iglesia, los empresarios, los cuales no compartían las ideas del candidato del PRD por su ideología liberal y cambios que haría al país.
4. Por otra parte está el IFE, institución que debe jugar un papel neutral que vela por el respeto de la voz popular y promueva la libre participación de los ciudadanos para consolidar la democracia, fue rebasado por los candidatos y partidos, al no eliminar los spots de los partidos políticos que no daban ningún tipo de propuestas para el país pero si una serie de descalificaciones entre candidatos.
5. Pero no sólo fueron elementos externos, como los ya mencionados, sino también internos a los propios partidos como la personalidad del candidato del PRD una persona intolerante, soberbia, negativa, y su temperamento terminaron por llevarlo a la derrota, errores que no pudo remediar.

Lo que se pretende en esta investigación es comprobar que en las elecciones presidenciales del 2006 ocurrieron una serie de elementos que fueron los que influyeron en el desarrollo y resultado de los comicios. Resulta importante el estudio de este tema ya que en nuestro país, se pretende que sea más legítima y eficaz para la sociedad.

Se iniciara hablando de la guerra sucia que se dio en todos los medios de comunicación (visuales). Esta guerra sucia fue implementada por ambos partidos al traer publicistas extranjeros como: Antonio Sola, español y Dick Morris estadounidense; dos hombres que fueron quienes implementaron esta forma de hacer campaña.

Es importante identificar que los medio de comunicación a partir del 2000 juegan un papel de gran importancia en las campañas electorales principalmente la televisión.

El Objetivo General de la investigación es, identificar cuáles fueron los factores que influyeron en el desarrollo y resultado de la campaña electoral presidencial del PRD en el 2006.

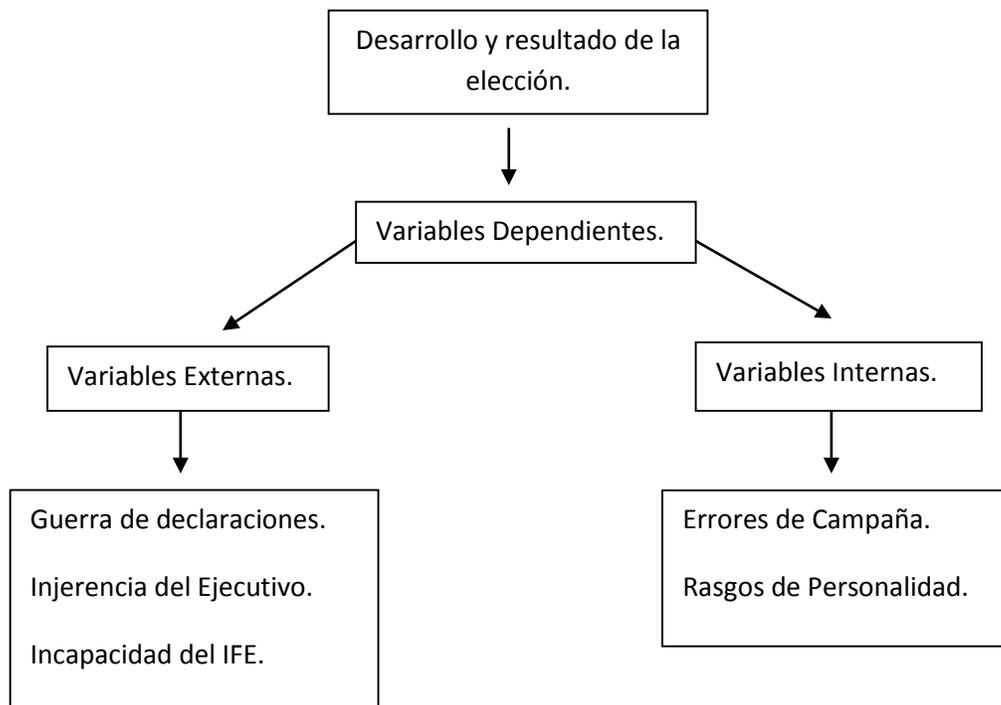
Con este objetivo lo que se pretende es que describamos cada uno de los elementos que fueron los que influyeron en el electorado para el resultado de la elección del 2006.

Como objetivos particulares se plantea

- Conocer el desarrollo de la campaña electoral presidencial, observando lo que influyo en la elección.
- Identificar las estrategias de campaña por parte de los candidatos del PAN y PRD.
- Mostrar la incapacidad del IFE. Observando cómo las instituciones que juegan un papel neutral dentro de las elecciones fueron rebasadas por los partidos.

- Exponer la personalidad del candidato del PRD ya que fue uno de los factores de mayor importancia para el resultado del proceso electoral.

La hipótesis del trabajo es que durante el proceso electoral del 2006 hubo factores tanto internos como externos. En los internos podemos hablar de los rasgos de personalidad y actitud del candidato del PRD, cuando hablamos de externos nos referimos a la guerra sucia implementada por el PAN, la injerencia del Ejecutivo y la poca eficacia del IFE.



Estas variables externas no dependieron del PRD sino que son ajenas a él, son mecanismos que utilizo la oposición para restarle votos a la hora de los comicios.

Las variables internas son del PRD y las propias del candidato que fueron parte importante para determinar el voto y la negativa del mismo por parte de los electores.

La investigación será un estudio de caso ya consiste en proporcionar una serie de casos que representan situaciones problemáticas, en este caso del PRD y su candidato en las elecciones del 2006.

El estudio de caso es una modalidad de indagación que se usa ampliamente en la psicología, ciencia política antropología y otras ciencias.

Toda investigación social puede ser considerada un estudio de caso puesto que dirige su atención a un fenómeno provisto especialidad y limites en el espacio definido.

Se realizara una investigación descriptiva ya que se pretende describir cada uno de los factores mencionados y especificar quienes fueron los actores que participaron y las consecuencias que trajo al proceso electoral.

Este tipo de estudios sirven para analizar cómo es y de qué forma se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. En nuestro estudio nos ocuparemos de describir las características de los diferentes elementos que fueron clave en la campaña. Se delimitaran los hechos que conforman el problema de investigación.

Estableciendo las características de cada elemento, Identificar la forma en que influyeron en el electorado y con esto crear posibles respuestas a los problemas que trajo consigo la elección.

Para este estudio los datos que se utilizaron son bibliográfico y hemerográfico, bibliográfico y entrevistas en la parte teórica conceptual para definir algunos conceptos a utilizar que pueda ser difícil su concepción.

El reporte de la investigación está dividido en tres capítulos el primero llamado elecciones y partidos políticos en México en el cual se tratara de definir los conceptos de campaña electoral, marketing electoral, partido político y procesos electorales. Desarrollo electoral del PRD y por último los candidatos presidenciales.

Para el segundo capítulo se abordara el desarrollo de la campaña electoral presidencia del 2006, mostraremos algunos antecedentes de las campañas en nuestro país, y todos los elementos que influyeron para determinar a un ganador y un perdedor de la elección.

Por último, en el capítulo tres titulado el análisis del voto perredista podremos ver la polarización del país con el voto perredista y panista en donde es que la gente vota por el PRD la geografía electoral y la regionalización del voto.

Capítulo I

Elecciones y partidos políticos en México

En este primer capítulo se abordará lo que es el marco teórico conceptual, es decir, los conceptos que nos ayudaran a entender de mejor manera el proceso electoral federal del 2006, en particular el caso del Partido de la Revolución Democrática (PRD), en éste sentido se presenta un breve antecedente histórico del partido; cuáles han sido sus candidatos a la presidencia y los resultados obtenidos. Asimismo, se definirán los siguientes conceptos: campaña electoral, financiamiento público y privado, marketing electoral, partidos políticos, procesos electorales. Además, de abordar el marco teórico que guía esta investigación.

1.1 Campañas electorales, financiamiento y Marketing electoral

Las elecciones en Latinoamérica siguen dando muestra sobre política y democracia. Y para nuestro estudio en particular las elecciones en México (2006). Las largas campañas,¹ la polarización de las alternativas políticas (tomando en cuenta la posición o la auto posición ideológica de los partidos en México), la alternancia del

¹ En comparación con la reforma del 2007-2008, en la cual en un intento de reducir el financiamiento y los costos electorales se reducen los tiempos de campaña.

2000, después de 13 elecciones presidenciales, así como la incertidumbre generada por las impugnaciones electorales, crearon una gran expectación en los comicios presidenciales del 2006. Por lo tanto es necesario analizar la jornada electoral del dos de julio: la problemática y las decisiones políticas que enfrento México, el contexto de lucha entre la izquierda y derecha² y los propios resultados que resultaron en un *empate técnico*.

Las campañas electorales federales del 2006 son definidas por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) de forma simple, como las acciones que realizan los candidatos y partidos en la búsqueda del voto de los ciudadanos. Comprende todas las actividades de proselitismo y persuasión política orientadas a conquistar los mercados electorales en un tiempo determinado por la propia ley. En toda sociedad democrática, las campañas tienen la finalidad de atraer al elector, construir consensos sociales y lograr mayorías electorales estables que no sólo los lleven al triunfo, además que les permita gobernar.

Desde 1929 y hasta 1994 las campañas electorales y sus resultados eran ritos protocolarios para el acceso al poder político, ya que debido al predominio del Partido Revolucionario Institucional³ (PRI) las contiendas eran realmente inequitativas y desequilibradas, ya que no existía ningún tipo de oposición real que pudiera hacer un contrapeso para poder acceder al poder.

Con los resultados de las elecciones de 1997 (con el triunfo del PRD en el DF y la pérdida del control del PRI en la Cámara de Diputados), las campañas electorales se transformaron y comenzaron a ser más competidas, son mecanismos legítimos, duramente disputados por dos o más actores políticos para acceder al poder

²Ballinas Valdes Christopher, "Las elecciones en México: cada voto cuenta", *Gobernanza revista internacional para el desarrollo humano*, edición 49 agosto 2006.

³ Fundado en 1929 como Partido de Nacional Revolucionario, se transforma en 1938 en Partido de la Revolución Mexicana y final mente e1945 en PRI

público. Las campañas se tornan en verdaderas confrontaciones de candidatos, partidos e ideas por la disputa del poder.

En este sentido cabe recordar a Sartori cuando define competencia y competitividad; el primero son las reglas para acceder al poder, las cuales existen aún en sistemas no democráticos, es decir, sin opciones que otros partidos pudieran ganar; la competitividad, son las reglas llevadas al terreno real de la democracia.⁴ Así en México existían las reglas pero estas no permitían elecciones en las que los oponentes tuvieran reales opciones de ganar. Con la alternancia del año 2000 las reglas tienen que adecuarse para un sistema democrático.

Las campañas son ejercicios proselitistas en las que se busca integrar la inteligencia como herramienta para que los hombres e instituciones logren conquistar a los electores para ganar sus votos. De esa forma, la inteligencia se ha convertido en un factor estratégico que permite que los partidos y candidatos obtengan ventajas para obtener el poder político.

Es observable que las campañas constan de una serie de elementos, una combinación de componentes que ayudan al electorado a identificar las propuestas de los candidatos; en primer lugar, en los mensajes está la propuesta de los candidatos y sus partidos, buscan influir en por quien debemos votar, este es uno de los elementos más importantes dentro de la campaña. En segundo lugar, el elemento es el dinero, dentro de las campañas están implícitas grandes sumas de dinero que permiten a expandir la imagen del candidato y/o partido. En tercer lugar, el activismo de los cuadros partidistas y los electores que son personas que están de acuerdo con su mensaje y están dispuestos a otorgarle su voto.

Una campaña además, de estar sustentada con información, debe usar –además de la inteligencia– tecnología que le permita obtener ventajas con respecto a la oposición; la tecnología aplicada a las campañas electorales está altamente

⁴Sartori, Giovanni. *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid, Editorial Alianza, capítulo siete, 1980

desarrollada en los medios de comunicación; estos temas se desarrollan más adelante.

Las campañas electorales en México tenían una gran duración con respecto a otras naciones (ver cuadro uno). Tomando como referencia el análisis comparado y de acuerdo con las reglas contenidas en la Ley, los periodos de campaña de nuestro país eran de los más largos en América Latina.

Cuadro uno. Duración del periodo de campañas en América Latina

País	Duración	Inicio / conclusión
Argentina	Menos de 90 días	Convocatoria 3 meses antes/48 horas antes de la jornada
Bolivia	Menos de 150 días	Convocatoria 150 días antes/48 horas antes de la jornada
Brasil	Alrededor de 90 días	A partir del 5 de julio del año electoral/48 horas antes de la jornada
Chile	Menos de 90 días	Convocatoria 90 días antes/48 horas antes de la jornada
Colombia	Menos de 90 días	Convocatoria 90 días antes/24 horas antes de la jornada
Costa rica	Alrededor de 105 días	Convocatoria 1 de octubre del año previo/48 horas antes de la jornada
Ecuador	Menos de 90 días	Convocatoria 90 días antes/la convocatoria determina conclusión
El salvador	Menos de 120 días para presidente y 90 para diputados	Convocatória 120 o 90 días antes/72 horas antes de lá jornada
Guatemala	Menos de 120 días para presidente y 90 para diputados	Convocatória 120 o 90 días antes/36 horas antes de lá jornada
Honduras	Menos de 180 días	Convocatórias 180 dias antes/120 horas antes de lá jornada
México	Alrededor de 170 días para presidente y menos de 90 días para legisladores	4 días después del cierre de registro/72 horas antes de la jornada
Nicaragua	75 días	Convocatoria de la autoridad electoral/72 horas antes de la jornada
Panamá	Menos de 120 días	Decreto de la autoridad electoral/24 horas antes de la jornada
Paraguay	120 días	Convocatória 122 dias antes/48 horas antes de lá jornada
Perú	Entre 150 y 120 días	Convocatoria de la autoridad electoral/48 horas antes de la jornada
Puerto rico	No predeterminado	
República dominicana	Menos de 90 días	Proclamo 90 dias antes/24 horas antes de lá jornada
Uruguay	Menos de 120 días	Inscripción de candidaturas/72 horas antes de la jornada
Venezuela	Menos de 120 días	Convocatoria/48 horas antes de la jornada

Fuente: <http://www.senado.gob.mx/iilsen/content/publicaciones/revista2/4.pdf>

México ocupaba uno de los máximos rangos de duración para la elección de Presidente de la República (casi 170 días) superado solamente por Honduras (180 días), siendo un país de menor población y extensión territorial. En tanto que en Nicaragua se encuentra en el mínimo rango de duración (cerca de 75 días).

En el cuadro uno se puede notar que tan duraderas eran las campañas electorales en nuestro país para que los candidatos puedan dar sus propuestas y dar a conocer su imagen.

Una de las razones que han justificado la duración de las campañas electorales en México tiene su fundamento en la búsqueda del voto de los ciudadanos, así como para contar con tiempo suficiente para la difusión de la plataforma política y los programas o propuestas de gobierno.⁵ Esto bajo el supuesto de que las campañas se realizaban de forma territorial y sin el uso de los medios de comunicación.

Como ya se mencionó dentro de las campañas se involucra e invierten grandes sumas de dinero, tiempo y recursos humanos para tratar de alcanzar o conservar el poder. En el financiamiento a las campañas electorales en México predomina público por encima del privado.

El financiamiento público en México está bajo la idea de que con ello se evita la llegada de dinero de fuentes externas que puedan limitar o distorsionar la autonomía de los partidos políticos. Cuando el partido depende para su financiamiento de individuos o corporaciones que hacen grandes donaciones, los dirigentes y candidatos de ese partido pueden ser objeto de presiones para alterar sus decisiones una vez que ocupan un puesto de elección popular.⁶

⁵<http://www.senado.gob.mx/iilsen/content/publicaciones/revista2/4.pdf>

⁶Zovatto, Daniel, *El financiamiento de la política en América Latina*. México, Fondo de Cultura Económica, 2003, capítulo uno.

El financiamiento público permite exigir a los partidos que reporten públicamente sus ingresos y gastos; es decir, permite la fiscalización de este dinero por los órganos especializados. El financiamiento público promueve una equidad básica en la competencia, toda vez que garantiza un ingreso mínimo a todos los partidos y candidato, un candidato necesita tal ingreso para realizar su campaña con probabilidad de éxito.

El financiamiento público hace menos atractivas las fuentes de financiamiento ilegales. Una vez que el candidato obtiene el financiamiento mínimo, se reducen sus incentivos para acudir a fuentes de financiamiento ilegal o a donantes de reputación dudosa. Un escándalo político vinculado con la aportación de recursos ilegales a una campaña puede tener costos negativos en la campaña electoral.⁷

En 1977, la reforma electoral amplió considerablemente el alcance del financiamiento público a los partidos políticos. Además, de considerar a los partidos políticos como entidades de interés público y a partir de 1990 se ha ido aumentando en forma explosiva.

El financiamiento privado comprende ingresos que provienen de las cuotas fijas o aportaciones de los militantes, de las donaciones realizadas por individuos o instituciones de naturaleza diversa del producto de las actividades propias del partido, del rendimiento de su patrimonio y de los créditos concertados con los agentes financieros, principalmente.⁸

Sin embargo, los candidatos enfrentan frecuentemente un dilema. En elecciones altamente competidas como las del 2000 y el 2006, la capacidad para recolectar fondos privados, de procedencia lícita e ilícita, puede ser decisiva para ganar.

⁷Guerrero Gutiérrez, Eduardo, *Fiscalización y Transparencia del Financiamiento a Partidos Políticos y Campañas Electorales: Dinero y Democracia*, Serie cultura de la rendición de cuentas p. 25

⁸ De acuerdo al COFIPE el financiamiento privado no deberá exceder el 10% del financiamiento público

Además, la limitada capacidad fiscalizadora de las autoridades electorales se convierte en un incentivo adicional para que los candidatos acepten aportaciones irregulares. Sin embargo, la aceptación de dinero sospechoso puede acarrear grandes costos en caso de que tal decisión suscite un escándalo electoral.⁹ Además, de limitar la autonomía interna y externa del partido político.

Cuadro dos. Financiamiento público de los partidos 2006.

PARTIDO	Actividades ordinarias permanentes	Actividades electorales	Actividades ordinarias permanentes	Actividades electorales	TOTAL.
PAN	555,866,537.74	555,866,537.74	*	*	1,111,733,075.48
PRI	613,405,424.52	613,405,424.52	*	*	1,226,810,849.04
PRD	360,710,804.15	360,710,804.15	*	*	721,421,608.30
PT	135,071,426.34	135,071,426.34	*	*	270,142,852.68
PVEM	190,667,799.64	190,667,799.64	*	*	381,335,599.28
C	133,100,713.12	133,100,713.12	*	*	266,201,426.24
NA	*	*	\$39,776,454.11	\$39,776,454.11	79,552,908.22
ASD	*	*	\$39,776,454.11	\$39,776,454.11	79,552,908.22
TOTAL:	\$1,988,822,705.51	\$1,988,822,705.51	\$79,552,908.22	\$79,552,908.22	\$4,136,751,227.46

* Por ley no corresponde financiamiento

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral 29 de enero del 2006.

Para que una campaña electoral funcione se vale del marketing electoral la difusión del candidato en los medios de comunicación para que sea conocido él y su propuesta de gobierno.

El mercadeo es una orientación gerencial que sostiene que la clave para el logro de las ventas de la organización consiste en identificar las necesidades y deseos de

⁹Op. cit

un mercado objetivo y su auto adaptación para entregar la satisfacción del deseo en forma más efectiva y eficiente que sus competidores.¹⁰

Stanton, define marketing como: “sistema total de actividades de negocios cuya finalidad es planear, fijar el precio, promover y distribuir los productos satisfactorios de necesidades entre los mercados meta para alcanzar los objetivos” El marketing no puede concluir hasta que no quedan satisfechas las necesidades y deseos del cliente, aun si el intercambio ya ha sucedido. El cliente, consumidor es quien determinará cuando se siente satisfecho y sólo entonces la labor de marketing se considerará concluida.¹¹

Contando con la definición del marketing ahora nos podemos dar a la tarea de definir al marketing electoral. “Se refiere con exclusividad al planteamiento, realización y difusión de unos determinados mensajes, con ocasión de la puesta en marcha de procesos electorales, para designar el gobierno de una determinada comunidad política; se trata, por tanto, de una variante específica del marketing político”.¹² El marketing electoral forma junto al marketing político y de gestión el mercadeo político (o sólo marketing como lo señaló Stanton)

Es decir, el marketing electoral trata de vender la imagen de un candidato, su propuesta y a su partido político mediante la elaboración de mensajes audiovisuales estratégicos, para las campañas políticas, que persuadan a ciudadanos ayudando de esta manera a escoger a la gente la mejor alternativa. En el marketing electoral se da un proceso de intercambio entre los partidos políticos, los candidatos y el electorado; los ciudadanos usan el voto como moneda de cambio, es una relación de consumidor y producto y va a depender de que tan viables sean las propuestas

¹⁰Kotler Philip, *Marketing Social: Estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid. España, 1992. Díaz de Santos S.A.

¹¹Stanton, W.J. *Fundamentos de Marketing*, Novena edición, McGraw- Hill, 1992

¹²Martínez Silva, Mario, Salcedo Aquino, Roberto. 1998, *Manual de Campaña. Teoría y Práctica de la Persuasión Electoral*, México: Colegio de Ciencias Políticas Y Administración Pública. Pp 36 - 37

de cada candidato y dependiendo de esto los ciudadanos emiten su voto a favor de ellos.

El marketing electoral logra que el candidato se vea como un producto que necesita exposición masiva. El éxito del candidato depende, en buena medida, de la inteligencia en el diseño audiovisual y del número de duración de exposiciones ante el ciudadano. El marketing electoral se basa primordialmente en la promoción y distribución del candidato mediante exposiciones en medios masivos de comunicación. El objetivo que busca este tipo de mercadeo es ganar la elección con la difusión de sus propuestas de campaña e imagen.

Es el candidato que ofrece y promete brindar un conjunto de beneficios socioeconómicos, a través del intercambio, que el votante puede aceptar como algo que satisface sus deseos o necesidades políticas y sociales; en otras palabras el producto es el candidato que une la imagen con el mensaje.

En el marketing electoral, el ciudadano analizan el paquete de beneficios que ofrece cada candidato, entre las varias ofertas y se inclina por aquel candidato que le ofrezca más; es decir votara por quien satisfaga sus necesidades.

Para la selección de los medios más idóneos para que el mensaje llegue al público, se deben tener en cuenta diversos factores entre los cuales podemos mencionar: el tipo de consulta electoral, los recursos económicos disponibles, el mercado tomando en cuenta la posición económica, y por último debe tomarse en cuenta los temas y beneficios que ofrece el candidato.

Cada medio es idóneo para ocasiones bien particulares con la finalidad que el mensaje llegue al público específico, por lo cual que hay seleccionarlos tomando en cuenta los factores antes mencionados para no perder el esfuerzo, que el mensaje sea efectivo y cumpla los objetivos que se quieren alcanzar.

Se puede decir que el marketing electoral ayuda y contribuye de gran manera para dar a conocer las propuestas de campaña para que los electores estén más

consientes sobre a qué candidato o partido darle su voto pero que hacer cuando el marketing electoral es usado de una manera equivocada.

Cuando en vez de dar propuestas y proponer un debate entre los candidatos estos entran en un terreno de descalificaciones a sus posiciones se desvirtúa la finalidad del marketing electoral.

Otro problema del marketing electoral es que los partidos políticos se apoderan de los medios de comunicación y gastan sumas enormes de dinero para estar en todos lados ya sea televisión, radio, medios escritos y ahora hasta por medios cibernéticos, que hacer en estos casos cuando las instituciones electorales son rebasadas y no se cumple con los lineamientos establecidos cuando se rebasan los topes de campaña es importante que se creen nuevos mecanismos para evitar todos estos casos.

Las nuevas formas de utilizar los medios de comunicación por la política y los partidos políticos transforman la concepción de la propia política, hay repercusiones en la sociedad y en los proyectos nacionales de desarrollo, particularmente en las formas y modalidades de construcción de una democracia.

Aun así los estrategas del marketing electoral recomienda que el candidato salga a la calle, camine entre las multitudes, hable con la gente y la escuche esto es lo que se conoce como política de distribución la cual se debe optimizar durante la época de la campaña ya que como se sabe el tiempo de los candidatos es restringido.

1.2.- Partidos políticos y procesos electorales

Hoy en día los partidos políticos juegan un papel muy importante para la democracia en nuestro país pero ¿Qué es un partido político? De manera sencilla podemos definir a un partido político como una institución que tiene como fin último la obtención del poder y el mantenimiento del mismo, aunque existen varias

concepciones de partidos ya que existen de varios tipos de partidos, existe una clasificación histórica según su estructura los de masas y de cuadros;¹³ con diversa ideología ya sean de centro, izquierda o derecha; desde su organización en partidos en facciones, fracciones y tendencias;¹⁴ desde su coalición dominante, en institucionalizados y no institucionalizados.¹⁵ Los partidos políticos constituyen un elemento característico de las democracias modernas y de la vida política de un país.

Duverger define a un partido como “una comunidad con una estructura particular, cuyo objetivo es conquistar el poder y ejercerlo. Un partido no es una comunidad, sino un conjunto de comunidades, una reunión de pequeños grupos diseminados a través del país secciones, comités, asociaciones locales, ligados por instituciones coordinadoras. La dinámica organizativa formal, aunque importante, es insuficiente para revelar el comportamiento y el manejo real de dichas estructuras”,¹⁶ Duverger asume que los partidos se desenvuelven informalmente, haciendo muchas veces a un lado su propio sistema de reglas interno, pero están siempre atentos a su actuar dentro de los espacios electoral y parlamentario.

Panbianco menciona que los partidos políticos tratan de captar el voto no sólo para ganar el poder además, como un instrumento para mantener las lealtades de los que el autor llama la coalición dominante. Para Panbianco lo que importan de los partidos es sus organizaciones internas cuyo funcionamiento y evolución se explican en virtud de juegos de poder vertical entre la élite, los seguidores y horizontal en el seno de la élite.

¹³Duverger, Maurice, *Partidos políticos*. México, 1996, Fondo de Cultura Económica. México.

¹⁴Op. Cit.

¹⁵Panbianco, Ángelo, *Partidos y modelos de partido*. Madrid, 2000, Editorial Alianza

¹⁶ www.monografias.com/trabajos19/partidopolitico.shtml

Los partidos son verdaderas organizaciones voluntarias, condición que satisfacen las democracias liberales, el poder que ordena las relaciones entre sus miembros no representa, una relación unidireccional.

Durante mucho tiempo se han recogido distintas tipologías de los partidos. Como por ejemplo la clasificación de Duverger, que distingue entre sistemas de partido único, bipartidistas (Estado Unidos de Norteamérica) y multipartidistas (España post Franco).¹⁷ Se considera que los tipos de sistemas de partidos determinan el sistema electoral y a su vez el político. Para el autor existen dos tipos de partido único; por ley es dentro de un Estado totalitario o autoritario (Cuba) y único por la competencia electoral, es decir en donde un solo partido domina el escenario electoral (México en la etapa del PRI como partido hegemónico).

El surgimiento de los partidos políticos deriva del ejercicio de la libertad de asociación. No tienen naturaleza de poder público ni son órganos del Estado, por lo que el poder que ejercen se legitima sólo en virtud de la libre aceptación de sus estatutos y por tanto sólo puede ejercerse sobre quienes, en virtud de una opción personal libre, los asumen al integrarse en tales organizaciones.

Los partidos políticos han evolucionado con el transcurso del tiempo y se han ido adaptando a las diferentes demandas y a los distintos requerimientos de la sociedad. Para indagar sobre el papel de los partidos en los sistemas democráticos modernos es necesario señalar que todos, con independencia de su ideología, organización y propósitos, buscan el voto de los ciudadanos.

Las funciones de los partidos políticos en los sistemas democráticos, principalmente vienen marcadas por la necesidad de los votos y no de una ideología, organización y propósitos, aunque todos estos aspectos, no se deben olvidar ya que son elementos importantes en el desarrollo de las funciones que los partidos llevan a término en los sistemas democráticos.

¹⁷ Clasificación que fue la base para que Sartori desarrollara en termino de sistemas de partido competitivos

Se puede decir que los partidos políticos son instituciones con una ideología propia que se caracterizan por su singularidad, de base personal y relevancia constitucional, son creados para contribuir de una forma democrática a la determinación de la política nacional y a la formación y orientación de la voluntad de los ciudadanos, así como a promover su participación en las instituciones representativas mediante la formulación de programas, la presentación y apoyo de candidatos en las correspondientes elecciones, y la realización de cualquier otra actividad necesaria para el cumplimiento de sus fines. Su principal tendencia es durar y consolidarse, su finalidad última y legítima es obtener el poder mediante el voto ciudadano.

Como es mencionado los partidos políticos en nuestro país son estructurados para fortalecer la democracia del país, democracia entendida como forma de gobierno, es sinónimo de soberanía popular ¿Y eso qué significa soberanía? Significa que ningún poder o autoridad puede estar por encima de las decisiones del pueblo.

La existencia de diversos partidos políticos en un sistema político provoca una mayor competitividad, lo más importante de la competitividad es que hace que no exista un solo partido que tenga acceso al poder y en la actividad política más de un partido comparta el gobierno del país. Se considera democrático un sistema porque permite que diferentes sectores del electorado voten por el partido con el que se sientan más afines. Algo quizá más importante es que permite que el electorado excluya del poder a ciertos partidos. Al votar por un partido político el votante escoge a un miembro de ese partido para que represente su punto de vista en el cuerpo legislativo. Algunos limitan el término del multipartidismo a los sistemas que tienen más de dos partidos en competitividad por el poder. El número de partidos con posibilidades de acceder al poder varía según las condiciones del sistema.

Para Nohlen son principios fundamentales de la competitividad la oportunidad de elegir entre diferentes opciones y la libertad de elección; en tanto para Sartori la competitividad tiene que ver con la posibilidad de que cualquier partido pueda ganar. Numerosos de estos requisitos tienen que ver con la vigencia de las libertades políticas: libertad para constituir partidos políticos, para afiliarse a ellos, libertad de elegir, de manifestación, de libre asociación; libertades de conciencia política, opinión, prensa, expresión, reunión y manifestación; derecho a la oposición; libertad de candidatura electoral; igualdad de oportunidades para los candidatos y los partidos políticos; voto secreto, directo, igual, libre y universal.¹⁸

El multipartidismo tiene efectos como la polarización es una situación en la que la tendencia se da a la concentración de los votos alrededor de dos puntos, diametralmente opuestos, en determinada escala ideológica. Generalmente entre dos posiciones opuestas y extremos cuya conciliación racional parece imposible.

Pero el evento que marco la vida democrática del país fue la alternancia que se dio en el año 2000 cuando después de más de 70 años gobernados por el PRI llega al poder otro partido. La alternancia comprendida como un fenómeno político que consiste en que ninguna persona o grupo tiene el monopolio del poder en forma permanente, sino que es ostentado por diferentes personas y grupos de diversa ideología.

Se dio la transición entendida como el intervalo que se extiende de un régimen político no democrático a otro; la transición democrática comprende desde el inicio de la disolución de un régimen autoritario hasta el establecimiento de una forma de gobierno que sea democrática.

Los partidos políticos se organizan primordialmente para competir dentro de los procesos electorales, entendiendo como proceso electoral al conjunto de actos ordenados por la constitución y códigos. Los partidos políticos y los ciudadanos

¹⁸Nohlen, Dieter: *Sistemas electorales del mundo*. Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1981.

tienen por objetivo en el proceso electoral la renovación periódica de los integrantes de los poderes.¹⁹

El desarrollo de los procesos electorales en las democracias modernas tiene una larga historia, la construcción de procesos electorales no se ha hecho sin conflictos además, debieron eliminarse muchos obstáculos para que la ciudadanía adquiriera confianza en las votaciones y aceptaran sus resultados. En México los acontecimientos no se desarrollaron en el inicio de manera muy diferente, pero la fuerte presencia del aparato estatal y el PRI hizo que durante buena parte de nuestra historia las elecciones y sus resultados tuvieran poca credibilidad.²⁰ De hecho tuvieron que pasar varias reformas electorales, en las que negociaban los partidos con el gobierno, para llegar a un sistema electoral en que las elecciones y sus resultados fueran más creíbles; desde la reforma de 1976-1977 y hasta la reforma de 1996 el sistema electoral fue tomando la forma que actualmente tiene.

Las elecciones y sus resultados tienen una gran incidencia en la existencia y supervivencia de los partidos políticos en los sistemas democráticos y en la consecución de sus objetivos en los procesos electorales. Los partidos políticos se presentan a las convocatorias electorales (nacional, estatal, regional) para conseguir y ocupar los cargos por los que se compete. Los partidos políticos se articulan en una organización estable y bajo reglas establecidas.

¹⁹De acuerdo al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) en el artículo 173 y 174 nos define al proceso electoral como el conjunto de actos ordenados por la Constitución y este Código, realizados por las autoridades electorales, los partidos políticos nacionales y los ciudadanos, que tiene por objeto la renovación periódica de los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión.

Previo a que se inicie el proceso electoral el Consejo General del Instituto determinará el ámbito territorial de cada una de las cinco circunscripciones plurinominales, así como, en su caso, la demarcación territorial a que se refiere el artículo 53 de la Constitución. El proceso electoral ordinario se inicia en el mes de octubre del año previo al de la elección y concluye con el dictamen y declaración de validez de la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos. En todo caso, la conclusión será una vez que el Tribunal Electoral haya resuelto el último de los medios de impugnación que se hubieren interpuesto o cuando se tenga constancia de que no se presentó ninguno.

²⁰Infante José María, *“Elecciones en México: restricciones, fraudes y conflictos”*, Revista Confines 1 / 2 agosto-diciembre 2005.

En los sistemas democráticos,²¹ las elecciones tienen una gran trascendencia política al reconocer la voluntad del pueblo (expresada en las urnas), ya que los ciudadanos eligen a sus gobernantes, otorgan legitimidad democrática a los partidos, a sus representantes electos y a las diferentes instituciones políticas que participan en el proceso electoral. Las elecciones posibilitan representación de los ciudadanos, provocan gobierno y otorgan legitimidad a los gobernantes.

Por un lado, es conveniente subrayar la importancia que tienen las elecciones en la sobrevivencia de los partidos políticos, ya que éstos se presentan y recurren a ellas para obtener votos y así poder existir dentro del sistema. Pues, si los partidos no obtienen representación en las instituciones de gobierno, difícilmente pueden existir, porque sus cuadros dirigentes no disponen de los recursos, mecanismos, medios e instrumentos adecuados para su propia supervivencia.

Por otro lado, se subraya el interés que tienen los partidos políticos en obtener el mayor porcentaje de votos posible en las contiendas electorales para conseguir las mayores cuotas de representación y de poder en las diferentes instituciones de los sistemas democráticos. Adicionalmente, con más votos obtendrán un mayor financiamiento por parte del Estado

Los procesos electorales en nuestro país eran fenómenos regulares y muy predecibles²² al tener la existencia de un partido hegemónico (PRI) era sabido que ganaría las elecciones al no tener ningún tipo de oposición real que competiera en los cargos; como si fuera elecciones de ritual, en el que la incertidumbre por el resultado era baja o inexistente.

²¹ Entendido como el sistema en que se realizan elecciones periódicas en las que compiten una diversidad de partidos políticos, estos deben de ser independientes entre sí y con respecto al Estado además, deben poseer identidades ideológicas diferentes. En un sistema democrático la principal característica el respeto al voto de cada ciudadano.

²² Se puede tomar como referencia de inicio 1929, las primeras elecciones del nuevo sistema político con la presencia del PNR y con fin de ésta etapa las elecciones presidenciales de 1994. Para 1997 se inaugura la etapa de la transición que culmina en dos de julio del 2000 con la alternancia entre PRI y el PAN

Durante los procesos electorales los partidos políticos compiten por conseguir el voto del electorado, que son el grupo de ciudadanos con derecho a voto en una elección y que emiten su sufragio. En una democracia representativa como la nuestra, la existencia y vigencia del sistema electoral es una pieza fundamental para que los partidos políticos sean dotados de la representación.

El voto es una expresión política de la voluntad individual de los ciudadanos. Su existencia tiene por objeto la participación libre en la designación de los gobernantes, de funcionarios públicos o la aprobación o rechazo de ciertos actos de gobierno. Existen diversos tipos legales de voto: está el voto emitido, es aquel voto insertado en las urnas; el voto válido es aquel voto que contabiliza para un candidato; el voto nulo, es aquel que no cumplen con los requisitos para ser tomado en cuenta a favor de algún candidato.

Dentro del proceso electoral tenemos la existencia de diversos tipos de elecciones están las elecciones democráticas, no democráticas y semi democráticas:

La elección democrática es aquella en la que se da la cualidad esencial de las elecciones libres, pluralismo partidario ideológico, tolerancia, equidad entre los recursos usados por los partidos políticos, la existencia de un autoridad que organice y dote de transparencia el proceso y sus resultados, en virtud de la cual el electorado elige soberanamente, entre una real contienda, a los políticos que gobernarán.

En cambio, las elecciones no democráticas son el resultado de la total ausencia de libertades políticas, que impide al elector hacer la selección de su preferencia e interfiere o impide la presentación de candidatos y programas políticos diferentes entre sí y con el Estado. Además, de que pueden o no ser de forma regular.

Ahora bien, entre elecciones democráticas y no democráticas se presenta una gran variedad de situaciones, que se deben evaluar dentro de las estructuras políticas de cada país, y que justifican acudir a una tercera categoría; las elecciones semi

democráticas. También conocidas de transición, donde todas o algunas de las libertades políticas están de alguna manera restringidas o limitadas para dificultar el juego abierto de las opciones y alternativas electorales pero que eventualmente se abren. También pueden ser entendidas como elecciones fundacionales, es decir son las que dan forma a un nuevo sistema democrático

Esta tipología de elecciones (democráticas, no democráticas y semi democráticas) apareció en la investigación electoral a mediados de los años setenta y ha emitido afinar el análisis político, donde antes tan sólo se distinguía entre elecciones justas, libres o democráticas y elecciones no democráticas.²³

Debe agregarse que existen diversos aspectos de organización y procedimiento electoral que han tomado relevancia en la garantía del principio democrático: publicidad de los escrutinios, amplio derecho para impugnar los resultados electorales, existencia de una jurisdicción electoral, práctica de elecciones libres periódicas, sistema confiable de registro electoral, existencia de un organismo estatal autónomo y neutral encargado de preparar las elecciones y vigilar su desarrollo, así como de ejercer inspección y vigilancia sobre las actividades partidistas y su financiamiento, equidad en el acceso a los medios de comunicación.

Un problema que aqueja a los procesos electorales es que en las elecciones se da un gran nivel de abstencionismo, este fenómeno puede expresar una voluntad de disidencia o de protesta, con el sistema político o con algún aspecto del mismo. También puede ser síntoma de apatía, ocasionada por un desinterés o el hartazgo. El abstencionismo puede también ser el resultado de un cálculo racional o sea resultado de una no participación concebida de una estimación egoísta de costos y beneficios que realiza cada ciudadano. Esto contrae varios problemas como que el candidato ganador no tenga un buen nivel de legitimidad esto debido a que durante

²³Rouquié, H.: "La hipótesis bipartidista y la aparición de los sistemas políticos semi-competitivos", *Revista francesa de ciencia política*. París, 1975.

una elección el candidato ganador solamente cumpla con la mayoría relativa y el porcentaje de victoria no sea muy alto al de su opositor.

Es por esto que la participación electoral es muy importante, la participación electoral es la más democrática e igualitaria. Incluye la mayor cantidad de ciudadanos y, al mismo tiempo, garantiza la participación más igualitaria de los miembros de la sociedad.

El hecho de que un gobierno carezca de legitimidad no solo implica que el siguiente gobierno no sea aceptado sino que también pone en tela de juicio el papel que desarrollaron las instituciones electorales dentro del proceso electoral y esto contrae problemas a la larga, ya que los partidos perdedores no aceptan los resultados. Suele ocurrir impugnaciones sobre el ganador, y es posible que ya no surjan ganadores en las urnas sino en tribunales electorales como última instancia para dictaminar al ganador.

Es importante evitar un conflicto de intereses entre los partidos (sus candidatos y dirigentes) y los organismos electorales; por lo tanto, es extremadamente importante que los partidos políticos desarrollen un compromiso, entre militantes y votantes, para generar confianza en la transparencia y equidad de las elecciones y sus resultados.

1.3.- Desarrollo electoral y candidatos presidenciales del PRD

El Partido de la Revolución Democrática (PRD) se fundó el cinco de mayo 1989, como producto de la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas Solorzano en las elecciones de 1988. Su candidatura fue una heterogénea coalición electoral, el

Frente Democrático Nacional (FDN).²⁴ Después del resultado electoral desfavorable su fin fue recuperar la extensa movilización ciudadana que género.

De tal forma que para el PRD su antecedente inmediato es el FDN y los resultados de las elecciones presidenciales de 1988. Tres son las corrientes políticas fundamentales que logran conjuntarse en el origen del PRD:

- La Corriente Democrática del PRI, encabezada por Cárdenas, Porfirio Muñoz Ledo, Ifigenia Martínez.
- La corriente Socialista, representada por el PMS, creado en marzo de 1987, a partir del Partido Socialista Unificado de México (PSUM), que a su vez, es fruto de la unidad en 1981 del Partido Comunista Mexicano (PCM) fundado en 1917. Además, la Coalición de Izquierda y el Movimiento de Acción Popular. Al final, el PMS cedió su registro al naciente partido (PRD). El principal miembro de esta corriente fue Heberto Castillo.
- La Izquierda Social, que englobaba lo mismo a organizaciones sociales como la Coalición Obrera, Campesina, Estudiantil del Istmo (COCEI); la Central Independiente de Obreros Agrícolas y Campesinos (CIOAC); la Asamblea de Barrios de la Ciudad de México (sus principales representantes fueron Dolores Padierna y Rene Bejarano); la Unión de Colonias Populares, la Unión Popular Revolucionaria Emiliano Zapata; Asociación Cívica Nacional Revolucionaria (ACNR), la Organización Revolucionaria Punto Crítico (ORPC), la Organización de Izquierda Revolucionaria-Línea de Masas (OIR-LM, particularmente en el D.F.) y el Movimiento al Socialismo.²⁵

²⁴ Integrada por el Partido Popular Socialista (PPS), El Partido Socialista de los Trabajadores que con la candidatura de Cárdenas se transforma en el Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN) y por supuesto, por la Corriente Democrática del PRI. Hacia el final de la contienda electoral se suma el Partido Socialista de México (PMS), que tenía como abanderado a Heberto Castillo.

²⁵http://www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/MCP/Partidos%20Politic0s%20II_archivos/Historia%20prd.html#origen

Así, el PRD presentaba ciertos rasgos relevantes como un fuerte liderazgo proveniente de su fundador (o líder moral), Cárdenas. El partido contaba con un fraccionalismo interno debido a que sus militantes pertenecían a diferentes partidos políticos, por ello desde su estatuto original el PRD permitió y fomentó los grupos internos. El PRD fue un partido con una gran capacidad de atracción de electores por el carisma de su líder moral. Al momento de su surgimiento el partido tenía dos vertientes principales: una encabezada por Cárdenas, que buscaba más el enfrentamiento con el gobierno de Carlos Salinas de Gortari y la otra gradualista o de negociación, encabezada por Muñoz Ledo.²⁶

Cárdenas no sólo fungía como líder sino que también funcionó como un factor de cohesión entre las diferentes facciones internas del partido y determinó la hegemonía de los ex militantes del PRI en la estructura del PRD.

Una de las principales características del PRD, en sus primeros años, es la falta de institucionalización, esto provocó una limitada estructura de oportunidades para los militantes provenientes de la corriente socialista que quisieran postularse a cargos de elección popular.

El desarrollo electoral del PRD, a partir de su fundación, fue limitado ya que para las elecciones presidenciales de 1994 obtuvo tan sólo 5, 852,134 de votos,²⁷ es decir, el 16.59%, contra el 48.69% que obtuvo el PRI, lo que representa una diferencia de 32 puntos porcentuales: es verdad que ganó miembros en el congreso pero no los suficientes para ser una real oposición.

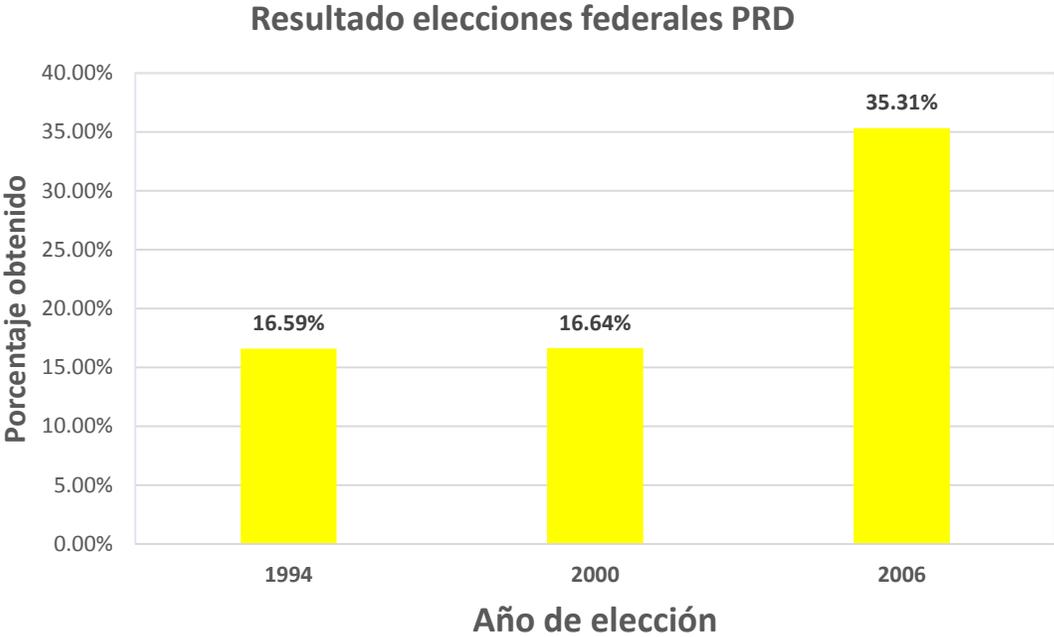
Para las elecciones presidenciales, del 2000, el PRD creó una alianza con diferentes partidos como: el Partido del Trabajo (PT), y otros de reciente creación

²⁶ Durante un largo periodo el partido estas dos vertientes se enfrentaron en la elección de dirigentes, posturas ideológicas, enfrentamiento al gobierno y otros partidos y por las candidaturas presidenciales. La fractura final ocurre en el año 1999, cuando Cárdenas es abanderado por tercera ocasión como candidato presidencial y Muñoz Ledo abandona el partido para ser el abanderado del PARM (hacia el final de la elección del año 2000 abandona al PARM y apoyó la candidatura de Vicente Fox del PAN)

²⁷ IFE, en línea (consultado el primero de junio del 2013)

Convergencia, Partido Alianza Social y Partido de la Sociedad Nacionalista. Dicha alianza derivó en pocos resultados ya que solo obtuvo 6, 256,780 votos que equivalen a un 16.64% de la votación total contra el 42.52 obtenidos por el PAN que gana la presidencia de la República (desplazando al PRI). En votos su crecimiento fue mínimo y el porcentaje permaneció casi igual, por lo que la alianza aportó pocos votos. La gran diferencia, con respecto al PAN, ni siquiera lo colocó cerca de poder acceder al poder. El partido mostró sus síntomas de nacimiento; formado por ex priistas con pocas ideas y un gran líder moral que no permitía postular a algún otro candidato que no fuera él.

Grafica 1



Fuente: elaboración propia a partir de página IFE

Para las elecciones del 2006 es visible un desarrollo electoral del PRD tenía gran aceptación entre la población, debido a triunfos en gubernaturas y en la jefatura del gobierno del Distrito Federal, además, ocurre un proceso de renovación de su líder moral, Cuauhtémoc Cárdenas. Los resultados obtenidos en la elección presidencial

fueron superiores a sus otras participaciones; obtuvo 14, 756,350 votos²⁸ duplicando la votación obtenida en el 2000, con un 35.31% de los votos nacionales contra el 35.89% obtenido por el PAN. Con la una diferencia de 0.58 puntos porcentuales es visible el desarrollo electoral que va teniendo el PRD ya que se convirtió en la segunda fuerza política del país.

Desde que el PRD se constituyó en 1989 solo ha tenido dos candidatos a la presidencia de la República, ambos ex priistas; por un lado, Cuauhtémoc Cárdenas que participo en las elecciones de 1994 y 2000, sin tomar en cuenta que como FDN también participó en 1988. Es evidente que el PRD durante estos procesos electorales nunca preocupo al partido en el poder (PRI), no tenía la suficiente fuerza para poder acceder a la presidencia. Cárdenas ha estado presente, en la vida pasada y presente, se puede decir que la futura, del PRD debido a que fue su fundador y su líder moral por sus primeros doce años, sin duda es observable, que en el PRD han estado presentes líderes que son los que lleva la vida del partido y manejan los hilos del mismo, esto provoca varias rupturas entre las diferentes grupos internos del partido.

Por otro lado, en las elecciones del 2006 Cuauhtémoc Cárdenas pretendía ser de nuevo el candidato presidencial del PRD, pero en su estrategia no visualizó con los intereses del entonces jefe de gobierno Andrés Manuel López Obrador, el tabasqueño había mostrado desde el año 2000 (cuando es electo en el Distrito Federal) su interés por competir por la candidatura presidencial. Al final Obrador resultó ser el abanderado del PRD ya que contaba con grandes oportunidades de llegar a Los Pinos, pero errores propios y aciertos de los demás partidos determinaron su derrota.

Es posible que el PRD no pueda acceder al poder debido a que la mayoría de sus militantes han sido parte alguna vez del PRI y por las luchas que hay en interior del partido, que por su propio origen pueden ser de mayor relevancia que en otros

²⁸ Fuente: IFE en línea (consultado el primero de junio del 2013)

partidos, y al no lograr una renovación, no sólo de líderes, sino de postulados se verá limitado electoralmente.

Es posible que Obrador haya hecho que el PRD se convirtiera en una verdadera oposición al partido en el poder (PAN) pero seguía al mando del partido y esto puede provocar que se desgaste poco a poco y en vez de sobresalir puede ir perdiendo a sus simpatizantes.

Uno de los mayores problemas que enfrenta el PRD es la falta de institucionalización; la figura del líder del partido es quien va a manejar la vida del partido pero este puede a la vez convertirse en una especie de secuestrador del partido, esto provoca una limitada estructura de oportunidades para los militantes que quieran postularse a cargos de elección popular. Si el líder retiene los cargos (como lo hizo Cárdenas en 1994 y 2000) existe una concentración de los incentivos y la renovación de los liderazgos se limita a la elite del partido.

En este primer capítulo se abordaron los conceptos de partido político, procesos electorales, marketing electoral, conceptos que ayudaran a entender proceso electoral federal del 2006. Para el caso particular PRD se presentó un breve antecedente histórico, datos electorales, candidatos presidenciales. Todo esto con la finalidad de llegar al segundo apartado; el desarrollo de la contienda presidencial del 2006.

CAPITULO II

Desarrollo de la campaña electoral presidencial del 2006

En este segundo capítulo se abordaran los temas referentes al desarrollo y resultado de la campaña electoral presidencial del PRD en el 2006, se inicia haciendo una reflexión sobre las campañas electorales en México, posteriormente, se desarrollara una breve descripción del concepto de guerra sucia, tanto del PAN como de otros partidos. Para continuar con el papel del IFE en el proceso electoral, la injerencia del Ejecutivo Federal, los rasgos y actitudes del candidato presidencial del PRD, así como su estrategia y estilo de campaña.

2.1.- Reflexión sobre las campañas electorales en México

Los procesos electorales en nuestro país eran fenómenos regulares pero muy predecibles en el resultado debido a la existencia de un partido hegemónico, con la alternancia en el año 2000 los resultados han llegado a un grado de incertidumbre elevado como en año 2006. Las campañas electorales son un proceso de persuasión intenso, planeado y controlado, que se realiza durante el periodo electoral y tiene una serie de reglas que restringen, tiempos, costos y está dirigido a todos los electores y su propósito es influir en su elección a la hora de emitir el voto.

La centralización del poder en los partidos políticos determinaban a los candidatos en las campañas relevantes como los cargos ejecutivos; particularmente las

gubernaturas y la presidencia de la República, dotadas con mayor capacidad para distribuir beneficios concretos a grupos e individuos particulares de la población.

Las campañas desempeñan diversas funciones políticas: difundían la buena imagen de candidatos designados por los partidos; recogen selectivamente las demandas populares y de las élites locales; permiten a los candidatos conocer la problemática de la división electoral respectiva, relacionarse con los poderes reales de la misma y reclutar posibles colaboradores.

En las campañas se fomenta el culto cívico nacional y regional como una forma de legitimar al gobierno establecido; en suma, tratan de lograr la aceptación y el apoyo popular para que los candidatos puedan gobernar. Pero el objetivo concreto de un partido en campaña es ganar el voto de los electores, de modo que la emisión del sufragio durante la campaña es un acto cívico.

Las campañas se diseñan fundamentalmente con criterios geográficos y simbólicos, por lo que no es necesaria la visita de los candidatos a poblados relevantes.

La mayoría de las campañas electorales del partido en el gobierno eran ritualistas hasta antes de 1988. Sin embargo, periódicamente, surgía con fuerza la oposición por el desprendimiento de facciones del mismo grupo en el poder, pero no ponía en riesgo el ejecutivo federal.²⁹ No obstante, estas fracturas reflejaban la creciente pluralidad de intereses que resultaba de una sociedad más urbana, educada, informada e insatisfecha con el predominio de un mismo partido. Así, como el planteamiento de soluciones radicales de izquierda y de derecha, tanto por la vía de las armas, como por la subversión de las instituciones creadas por los gobiernos revolucionarios. Como resultado del nuevo contexto el partido en el poder empezó a ver menguada su votación y a incrementarse la fuerza de los partidos de oposición (sólo para el caso del PAN y PRD).

²⁹ Por ejemplo 1946 cuando sale Ezequiel Padilla del PRI y encabeza la candidatura del Partido Demócrata Mexicano y Partido Acción Nacional. En 1952 Miguel Enríquez Guzmán sale del PRI para ser el abanderado del partido Federación de Partidos del Pueblo de México y el Partido Constitucionalista Mexicano.

Pero el evento que marco la vida democrática del país fue la alternancia que se dio en el año 2000 cuando después de más de 70 años gobernados por el PRI llega al poder otro partido político, el PAN (fundado en 1939). La alternancia entendida como un fenómeno político que consiste en que ninguna persona o partido político tiene el monopolio del poder en forma permanente; este debe ser ostentado por diferentes partidos políticos de diversa ideología.

La transición es el intervalo histórico que se extiende de un régimen político a otro, en el 2000 la transición fue hacia la democracia, comprende desde el inicio de la disolución de un régimen autoritario hasta el establecimiento de una forma de gobierno que sea democrática.

Las campañas electorales en México son de las más costosas³⁰, sin apenas debates y sobreabundancia de propaganda que pasa inadvertida a los ciudadanos. Los grandes beneficiarios de esta situación son las grandes televisoras del país, ambas privadas, que captan la mayor parte de los fondos públicos que el Estado, a través de IFE otorga los partidos políticos y sus candidatos para promoción ante los electores.

Dentro de las campañas se manejan grandes sumas de dinero para darse a conocer y difundir sus propuestas de campaña (véase financiamiento de la elección 2006 en la primer capítulo), hoy en día las campañas electorales no sólo son difundidas en la televisión y radio, los medios más comunes de comunicación, sino que ahora es posible que se muestren campañas en la internet, ya que no es posible su fiscalización.

Si algo ha caracterizado las elecciones presidenciales de nuestro país es que desde 1977 cada una de ellas fue antecedida por una reforma electoral, que a su vez fue el resultados de la nueva configuración de las fuerzas electorales; así la elección presidencial de 1982 tenía como antecedente la reforma de 1977; la elección de

³⁰ Ver cuadro dos (Cap. Uno)

1988 fue posterior a la reforma de 1986 que aumentó el número de diputados plurinominales a 200 y le dio acceso al PRI; con la nueva correlación de fuerza y el nacimiento del PRD la elección de 1994 tenía como antecedente la reforma de 1993 y la inmediata de 1994;³¹ para la elección de la alternancia fue precisó una reforma en 1996 que doto de independencia al IFE; pero la elección presidencial del 2006 rompe con el esquema reforma-elección-reforma.

2.2- Desarrollo de la campaña electoral 2006

La campaña electoral presidencial del 2006 fue especialmente polémica y estuvo llena de sucesos y eventos que, fueron determinantes en el resultado final, que favoreció al panista Felipe Calderón Hinojosa por un estrecho margen (0.58 puntos porcentuales). La campaña se mostró en todo momento como un proceso dinámico y cambiante. La primera competencia presidencial después de la alternancia del 2000 demostró que las campañas importan, y que lo que se diga o deje de decir o hacer por parte de los actores políticos puede ser decisivo. De esta manera, el voto refleja no sólo los condicionamientos del ambiente económico, político o social, sino también el ambiente informativo, las campañas y cómo estas persuaden a los electores de votar por un partido cuando tal vez ya tenían una predisposición favorable hacia otro.

Pero cómo llegaron los candidatos a la contienda: los procesos internos de los tres principales partidos políticos (PAN, PRD y PRI) nominaron a sus candidatos presidenciales durante 2005. El proceso que siguió cada uno de ellos fue distinto, y de ahí derivó también la fuerza y el posicionamiento con el que cada candidato comenzó la campaña y las expectativas positivas o negativas que en torno de cada uno de ellos se generaron.

³¹ Esta como resultado del alzamiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y el homicidio del candidato presidencial del PRI Luis Donaldo Colosio Murrieta, el 24 de marzo de 1994, en Tijuana, Baja California.

Felipe Calderón, el candidato surgido de un proceso interno, el PAN para la designación de su abanderado utilizó el método de las elecciones primarias abiertas a todos sus miembros tanto activos como adherentes que se llevaron a cabo en tres etapas regionales; la primera, del 11 de septiembre y la última el 23 de octubre. Tres precandidatos compitieron: Felipe Calderón Hinojosa, Santiago Creel Miranda y Alberto Cárdenas Jiménez. Felipe Calderón Hinojosa tenía una trayectoria vinculada estrechamente al PAN. Había sido presidente nacional de este partido entre 1996 y 1999, coordinó a los diputados federales panistas durante el primer trienio del ex presidente Fox y luego tuvo un paso breve por la dirección del Banco Nacional de Obras (Banobras) y la titularidad de la Secretaría de Energía,³² Tras las mencionadas tres rondas de votación, Felipe Calderón venció con alrededor de 52% del total de los votos, mientras que Santiago Creel obtuvo 32% y Alberto Cárdenas 6.5%.

Andrés Manuel López Obrador obtuvo la candidatura presidencial del PRD sin mediar proceso interno, y con la abierta oposición del considerado líder moral de ese partido, Cuauhtémoc Cárdenas. López Obrador comenzó a perfilar su candidatura presidencial desde que inició su labor al frente del Gobierno del Distrito Federal, el cinco diciembre de 2000. En ese puesto, aplicó un conjunto de políticas: la pensión universal a personas de la tercera edad, construcción de un segundo piso en el periférico, apoyos a madres solteras que lo proyectaron a nivel nacional, junto con una muy bien pensada estrategia mediática de confrontación con el gobierno federal, misma que incluía conferencias de prensa diarias a tempranas horas que en muchas ocasiones le permitían fijar la agenda política. De esta forma, López Obrador comenzó a obtener altos niveles de aprobación entre los habitantes del Distrito Federal. López Obrador alcanzó durante 2005 una enorme popularidad, lo que lo catapultó hacia la candidatura presidencial del PRD, a la que también se unirían el Partido del Trabajo y Convergencia, dando origen a la Coalición por el

³² Cargo al que renunció tras un enfrentamiento con el Presidente, Vicente Fox, que consideraba unas declaraciones de Calderón como adelantadas al proceso de partido.

bien de todos. Sin embargo, al interior del PRD existieron sectores que no respaldaron las pretensiones de López Obrador. El principal de ellos fue el encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas, quien hasta el último momento estuvo considerando la posibilidad de lanzar su cuarta candidatura por otro partido y que, aunque al final desistió de tal intención, se abstuvo de apoyar públicamente a López Obrador.

El PRI fue quizá el partido que salió peor parado y más desgastado de su proceso interno para seleccionar a su candidato presidencial. Roberto Madrazo se impuso a un precio alto y en medio de la inconformidad de importantes sectores del priísmo. Desde que en marzo de 2002 arribó al liderazgo nacional del PRI, Roberto Madrazo se propuso ser el candidato presidencial tricolor cuatro años después. A principios de 2005, una vez que las aspiraciones presidenciales de Madrazo eran evidentes, se conformó al interior del PRI un grupo denominado “Unidad Democrática” (popularmente conocido como TUCOM, que eran las siglas de “Todos unidos contra Madrazo”) integrado por destacados priístas, como los gobernadores Tomás Yarrington de Tamaulipas, Enrique Martínez de Coahuila, Arturo Montiel del Estado de México, Natividad González de Nuevo León o Manuel Ángel Nuñez Soto de Hidalgo, junto con otros priístas como el senador Enrique Jackson. Este grupo pretendía hacer frente a la candidatura presidencial de Madrazo y para ello diseñaron un sofisticado método, con base en diversas encuestas, para elegir entre ellos a quien le disputaría la nominación priísta a Roberto Madrazo del TUCOM pero Roberto Madrazo se hizo sin mayor problema con la candidatura presidencial del PRI. Junto con el Partido Verde Ecologista de México, el PRI integró la Alianza por México.

La llegada a la presidencia de Vicente Fox Quesada, por el PAN, en el 2000 no vino acompañada finalmente de un cambio de las estructuras del antiguo régimen, ya que no hubo ningún tipo de cambio de fondo en las instituciones, ni en los valores de los ciudadanos y los intentos de reformas nunca tuvieron gran trascendencia

debido a que si bien ganó el ejecutivo no tenía la mayoría en el Congreso de unión, por lo cual se cundiera un formato de gobierno dividido.

De aquí que Andrés Manuel López Obrador, un político proveniente del antiguo régimen del PRI, vio la posibilidad de sobrevivir políticamente y posteriormente empezar a erigir una campaña basada en una férrea crítica al sistema. Él sabía claramente desde que fue electo Jefe de Gobierno del Distrito Federal que podría desplazar a Cárdenas y tomar la candidatura del PRD para el 2006.

Seguramente para muchos habrá elementos impugnables del proceso electoral, sobre todo porque en una elección tan cerrada (recuerde la diferencia de 0.58 puntos porcentuales) tiene que ser vista bajo lupa. Sin embargo, el problema va más allá de esta elección y su resultado; la forma en que se organiza el procesos electoral, la forma de cómo se contaron los votos y se calificó el resultado. El proceso electoral en sí mismo dejó entrever uno de los problemas de fondo en el sistema político mexicano. El problema radica; en primer lugar, en cómo funciona el sistema político mexicano que al final de cuenta se formó bajo la hegemonía de un partido y eso creo costumbres y conductas políticas que persisten.

El sistema electoral mexicano presenta en la actualidad serias debilidades e inconsistencias derivadas de los restos del régimen hegemónico. Así también, como en muchos países latinoamericanos, el cambio del régimen hegemónico anterior al democrático vino tras ligeros y continuos cambios en las leyes y procesos electorales cada vez más competitivos pero nunca terminaron en un cambio en el sistema político como se esperó con el triunfo del PAN. Esto hizo que al final, el sistema electoral creado para amparar un régimen no democrático, no resultara acorde en el nuevo; el PAN y Fox gobernaron con estructuras creadas por el PRI y que servían a su propósito.

La contienda electoral del 2006 fue la más competitiva de la historia mexicana, en virtud de que los resultados muestran un mínimo nivel de ventaja entre el primer y

el segundo lugar (0.58 porcentual); las elecciones fueron las más cerradas de la vida de nuestro país.

Las instituciones electorales tratan de tener nuevos mecanismos diseñados para garantizar la libertad y transparencia para los electores mexicanos en el día de la jornada electoral, pero han acontecido algunos sucesos que afectaron a la legitimidad del proceso electoral.

Existe preocupación sobre la equidad en las condiciones de competencia, antes y durante el período de campaña. Las preocupaciones incluyen el acceso de los partidos y los candidatos a los medios de comunicación masiva, respeto a los límites del financiamiento de las campañas, el uso de los programas sociales gubernamentales para influir en el voto del ciudadano y deficiencias en el marco regulatorio que rige el período pre-electoral.

En las elecciones presidenciales del 2006 ocurrieron una serie de factores que fueron los que influyeron en el desarrollo y resultado del proceso electoral. Resulta de gran importancia conocer estos factores como lo son la guerra sucia, la injerencia del ejecutivo, el papel del IFE y la personalidad y actitud del candidato del PRD.

2.3. Guerra sucia

Para comenzar se habla de la guerra sucia entre los candidatos, durante el proceso electoral. El término de guerra sucia se trajo de la guerra del gobierno contra las guerrillas en los años setentas y ochentas; así la guerra sucia entendida como la intervención constante y sistemática de las fuerzas armadas en la vida política de esos años. El concepto de guerra sucia se usó en la etapa del '68 donde algunos

jóvenes protestaron en contra del gobierno, el término de guerra sucia fue traído de Sudamérica, durante los gobiernos militares.³³

En el terreno electoral la guerra sucia se debe entender como el uso de todos los medios de comunicación masivos, principalmente en la televisión, para ataques, de declaraciones infundadas, críticas, diatribas, que usaron los candidatos a partir de la estrategia implementadas en los llamados Wars Room (bunkers de campaña). En esta guerra sucia también intervino el gobierno federal y organismos empresariales. Esta guerra de declaraciones negativas no sólo se dio a través de los spots pagados por partidos y sus candidatos, también implicó el uso de los espacios en los noticieros generando notas sin fundamento y con la única intención de dañar la imagen del oponente político. Para algunos la guerra fue iniciada por el PAN al traer a Antonio Sola publicista español y a Dick Morris publicista estadounidense estos dos hombres fueron los que implementaron la guerra de declaraciones como una forma de hacer campaña negativa contra su principal adversario en las urnas, López Obrador. Camacho Oscar afirma que realizaron 20 spots publicitarios con los cuales fueron suficientes para restarle votos al candidato del PRD.³⁴ Pero lo cierto es que si bien el PAN pudo iniciar la guerra sucia en PRD y candidato entro en la trampa, y al final todos –incluso el PRI- generaron el desánimo en los votantes.

Es importante resaltar que los medios de comunicación a partir del 2000 juegan un papel muy importante en los procesos electorales ya que es por medio de estos se conoce a los candidatos y sus propuestas pero que ¿hacer cuando los partidos rebasan los límites de la contienda electoral establecidos por el IFE?

Los medios de comunicación tienen la posibilidad de posicionar o llevan a la baja a un candidato, los destruyen o los construyen, pero por medio de estos son que nos

³³ Entrevista realizada por el Dr. David Padilla Macayo con la Dra. María Eugenia Valdés, Guadalajara, Jalisco, noviembre del 2007.

³⁴Camacho, Oscar, Almazan Alejandro: *La victoria que no fue*. Grijalbo. 2006

enteramos de las propuestas de cada candidato, es visible que apoyan al candidato que este más de acuerdo con sus intereses.

En el caso de López Obrador, el contendiente perredista, señaló que no iba a estar en este juego de las televisoras porque se concentraría en una campaña proselitista a *ras de tierra*, él pretendía estar fuera de los medios, pero no pudo continuar con su idea original ya que los medios tienen un gran poder y al no querer hacer uso de ellos sería muy difícil que pudiera seguir manteniéndose en los primeros lugares en las encuestas; por lo cual en el mes de mayo empezaron a aparecer una serie de promocionales a su favor en la dos principales televisoras.³⁵

Durante la elección del 2006 los partidos en muy poco tiempo gastaron un alto porcentaje del financiamiento público (ver capítulo uno) con la finalidad de aparecer en los medios de comunicación la mayor cantidad de tiempo y en lo mejores horarios para dar a conocer sus propuestas (ver cuadro dos).

Cuadro dos. Costo de propaganda en los medios de comunicación por parte de los partidos.

Medios	PRD	PAN
Prensa	137,210,98	74,617,.48
Radio	20'816,862.39	27,228,409.30
Televisión	43'012,004.78	74'041,196.93
Espectaculares	1'437,500.00	11'188,050.53
Internet	0	2'751,736.77
TOTAL	65'403,577.00	115'284,011.01

Reporte del IFE del 19 de enero 15 de marzo.

³⁵ Reyna, Muñoz, Manuel. "La guerra sucia el perfil de una elección de Estado". Revista Digital Independiente Voz Universitaria. Numero VI Abril-Mayo 2006

A la guerra sucia se sumaron otros intereses como los empresarios y ex presidentes; “junto con el PAN el ex presidente, Carlos Salinas de Gortari, el banquero Roberto Hernández y el dueño de Televisa, Emilio Azcárraga Jean, se han puesto de acuerdo para desatar en –contra de López Obrador– una guerra sucia, a fin de impedir que pueda convertirse en el próximo presidente”.³⁶

En respuesta López Obrador, acusó a Salinas de Gortari de inyectar dinero a esa televisora para producir los spots, en los que lo presentan como un político autoritario e intolerante, comparándolo con el presidente de Venezuela, Hugo Chávez.

2.4. Análisis de los spots de la guerra sucia

En el primer spot emitido, por el PAN, consistió en cuestionar al gobierno del Distrito Federal (DF) por no dar a conocer de dónde salió el presupuesto para la creación del segundo piso del periférico y las pensiones de adultos mayores, además se mencionaba que debido a estos gastos provocó que el DF triplicara su deuda, “si esto hizo en Distrito Federal cuando llegara a la presidencia endeudaría más al país lo cual provocaría una crisis económica, devaluación y una deuda enorme”.³⁷

El PRD respondería con un spot en donde se mostraba a Elena Poniatowska en el cual decía que todo lo que decía el PAN “era mentira y que todas las acciones hechas por el PRD se hicieron con buen gobierno”³⁸ y pedía al PAN que no calumnien al abanderado de la coalición Por el Bien de Todos.

Esto le sirvió al PAN para contraatacar mostrando las palabras de Poniatowska mientras mostraban a René Bejarano y Miguel Ángel Ponce, militantes del PRD, guardándose dinero del empresario Carlos Ahumada (en un escaldado previo en

³⁶Lizárraga, Daniel. “Acusa AMLO a Carlos Salinas de inyectar dinero a Televisa para denostarlo. *Revista proceso*. 11 de abril 2006

³⁷<http://www.youtube.com/watch?v=zXCU0HDJ7Wk>

³⁸<http://www.youtube.com/watch?v=MjPju-mPyMQ>

los medios) y jugando en las vegas, respectivamente, diciendo que todo “esto lo había permitido López Obrador sin hacer nada”.³⁹

Además se usó el debate al que no se presentó López Obrador como un medio para crear propaganda negativa, se dijo, por parte del PAN, que no acudió al primer debate “debido a todos los problemas que había en el DF, ciudad que tiene el mayor índice de desempleo, ya que convirtió a esta entidad en un desastre económico”.⁴⁰

El spot publicitario más significativo para la propaganda sucia del PAN fue calificar a López Obrador como un “peligro para México”, al aceptar los hechos ocurridos en Tlahuac, Distrito Federal, justificando que la ley del pueblo es la que manda y todo depende de las tradiciones y creencias de cada pueblo⁴¹. Ya que el 24 de noviembre habitantes de San Juan Ixtayopan, en la delegación Tláhuac, mataron a golpes y prendieron fuego a dos agentes de la Policía Federal Preventiva, y un tercer agente fue rescatado mal herido, por elementos de la procuraduría capitalina.

El PAN llegó a comparar a López Obrador con una avestruz, los publicistas del PAN la llamaron la estrategia de la avestruz, la cual consiste en esconder la cabeza por todas las acciones por parte del candidato cuando fue Jefe de Gobierno del DF, la inseguridad de la ciudad y otros problemas, a lo que López Obrador sólo respondió que todo es un “complot” en su contra.⁴²

Por su parte el PRD trató de vincular a Calderón con el rescate a los bancos en 1997 (FOBAPROA), al decir que el PAN, Calderón (como presidente y diputado del PAN) con el PRI aprobaron en el Congreso de la Unión el rescate, el spot incluía una imagen mostrando, supuestamente la mano de Calderón, firmando el acuerdo y después lo muestra el documento y que esto provocó 120 mil millones de dólares de deuda del país.

³⁹ Voz en off

⁴⁰<https://www.youtube.com/watch?v=iGCYGS CpFh8&list=PLB914A3A768E0D9CA>

⁴¹<https://www.youtube.com/watch?v=qy-VdmRiXZs&list=PLB914A3A768E0D9CA>

⁴²<https://www.youtube.com/watch?v=bHZ6M8HwCBY&list=PLB914A3A768E0D9CA>

El spot del FOBAPROA provocó que el PAN difundiera otro spot en donde demuestra que el que firma el supuesto documento es una persona que escribe con la mano derecha cuando Calderón es zurdo y que el documento, mostrado en el spot perredista, es una foto reciente de campaña. Posteriormente sale López Obrador diciendo que Calderón no firmó el FOBAPROA reconociendo sus propias mentiras.

Continuando con la guerra sucia el siguiente spot del PAN decía que López Obrador jugaba con el futuro del país por su despilfarro que se traduce en crisis ya que había formas de que el país avanzara sin tener a cuestas deudas del país.

A López Obrador dentro de estos spots se le comparaba con José López Portillo y con Salinas de Gortari por la creación de un nuevo modelo económico que al final llevó al país a una de las más grandes crisis económicas. Por lo cual se decía que el abanderado de la Coalición por el bien de todos era un peligro para México.

Dentro de todos los spots del PAN se llegaba a la conclusión de que López Obrador era un peligro para México. Esto como una muestra de la existencia de la guerra sucia que implementó el PAN, pero al que se sumó el PRD.

Con la guerra sucia los ciudadanos entraron en un sentimiento de no saber qué es lo que ocurrirá en próximos procesos electorales. Esto se conoce como la incertidumbre electoral; es decir que los votantes desconocen el resultado de las votaciones y la política del próximo gobernante.

La guerra sucia, como forma de hacer campaña ayuda, para hacer una radiografía y transparentar a cualquier candidato, la cancelación de la guerra sucia va a permitir que candidatos mediocres puedan llegar a gobernar. Incluso, es posible saber antecedentes, es decir si cometió algún delito. “La guerra de declaraciones siempre va a existir, lo que no debe haber son calumnias, falsedades ni mentiras”.⁴³ Porque

⁴³ Jiménez, Horacio, “Error, haber cancelado la Guerra sucia, afirman”, *Periódico El Universal*, 31 de octubre 2007.

en una campaña la parte principal e importante es el elector y este debe tener siempre todos los elementos a la mano para poder decidir.

Probablemente la guerra sucia tenga sus pros y sus contras, ya que ayuda a conocer de la peor manera a los candidatos y con esto determinar quién es una mejor opción a la hora de la emisión del voto.

¿Pero qué hacer cuando las declaraciones son mentiras? ¿Cómo identificar quien dice la verdad y quién miente? No es posible conocerlo a ciencia cierta, esto crea un conflicto entre el electorado que no es simpatizante de ningún partido y muchas veces esto provoca que durante el proceso electoral se den altos niveles de abstencionismo.

Cuadro tres. Tendencia del voto noviembre del 2005

PRD	Andrés Manuel López Obrador.	34.8%
PAN	Felipe Calderón Hinojosa	28.8%

Fuente: consulta Mitofsky

La única manera de saber si la guerra sucia en verdad contribuyó para que el PAN sumara más votos, que el PRD, es por medio de las encuestas previas al dos de julio (día de la jornada electoral del 2006). Es importante saber que las encuestas en nuestro país comenzaron a tener un papel importante para asemejar una posible ventaja entre los candidatos, aunque no reflejan una realidad, (ver cuadros tres, cuatro y cinco).

Cuadro cuatro. Tendencia del voto enero 2006

PRD	Andrés Manuel López Obrador	38.7%
PAN	Felipe Calderón Hinojosa	31%

Fuente: consulta Mitofsky.

En los cuadros (tres, cuatro y cinco) se observa que el candidato con mayor grado de aceptación era el del PRD, hubo un tiempo en que tenía un margen de aceptación hasta de siete puntos porcentuales más que su contrincante más cercano, del PAN, fue así que se tomó a la guerra sucia como un mecanismo para tratar de restarle votos al opositor.

Cuadro cinco. Tendencia del voto Marzo 2006

PRD	Andrés Manuel López Obrador	37.5%
PAN	Felipe Calderón Hinojosa.	30.6%

Fuente: consulta Mitofsky.

Así, los medios de comunicación juegan un papel muy importante en los triunfos y derrotas, porque pueden hacer que un candidato pierda credibilidad, legitimidad y con la intención de que el electorado cambie su voto. El uso de la guerra sucia fue determinante para el resultado de la elección presidencial del 2006, ya que fue un juego publicitario, diseñado desde los bunkers de campaña, que provocó además, del cambio de intención de voto, que la gente tuviera miedo a la hora de emitir su voto por un candidato, provocando que la gente se abstuviera de votar.

2.5. Injerencia del ejecutivo en la campaña electoral

Se puede asumir que, aunado a la guerra sucia esta la intervención del entonces presidente Vicente Fox Quesada, al no compartir ideas con del candidato del PRD buscó que no llegara a postularse como candidato a la presidencia con el desafuero constitucional y asumir que López Obrador era un peligro para México. Además el presidente, uso el espacio en medios para una serie de spots en los que hablaba de “seguir por el mismo camino, para que el país marche bien”. A pesar de que el presidente no tiene ningún tipo de facultades para que pueda hacer proselitismo a favor de su candidato y si tomamos en cuenta el Acuerdo para la Neutralidad Democrática que firmó, en el cual se dice que está prohibido que el presidente y gobernadores brinden cualquier apoyo a partidos y candidatos.

Fox violó el Acuerdo para la Neutralidad Democrática al realizar una elección mediática de estado, ya que usaba los recursos públicos para promocionar al candidato de su partido. En el 2006 la presidencia gasto 1,710 millones de pesos para difundir más de 456,137 spots, en medios de comunicación, para promocionar todos los avances que se habían hecho durante su sexenio.⁴⁴

En una encuesta realizada por el periódico *Reforma*, acerca de que si Fox había hecho proselitismo a favor de su candidato, los resultados muestran que el 44% consideró que Fox hacia campaña para Calderón (ver cuadro seis).

Además, del apoyo del presidente Fox también estuvo la intromisión del ex presidente de España José María Aznar. Además, recuérdese que el contrato al español, Antonio José Solá Reche, y su empresa Desarrollo y Operación de Campañas, S.A. de C.V, para hacerse cargo de la imagen de Calderón pese a que su estatus migratorio le impedía participar en política interna.⁴⁵

⁴⁴Arriola, Federico: “La otra campaña de Fox” *Periódico Milenio*, 11 de enero 2006.

⁴⁵Op. Cit

Cuadro seis. Conocimiento de la población sobre la labor de proselitismo de Fox.

Fox está haciendo campaña a favor de su candidato a la presidencia	Porcentaje de la población
SI	44%
NO	38%
NO SABE	18%

Periódico *Reforma*, 22 de febrero del 2006.

Inclusive el presidente, Fox, fue cuestionado por la ONU. Una misión de Naciones Unidas en México consideró que el apoyo del presidente Vicente Fox a Felipe Calderón “enturbia” la campaña electoral y podría ser aprovechado para cuestionar la legitimidad del resultado de la contienda presidencial en una cerrada votación.

El informe de la misión del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo dado a conocer advirtió que en una reunión con representantes de partidos ante el IFE, escucharon quejas sobre la interferencia del presidente de la República en el proceso a favor del candidato de su partido.

En lo referente a la intervención del presidente de la República en la contienda electoral, no puede dejar de señalarse que el IFE resolvió solicitar al presidente de la República “una actitud plenamente neutral en sus declaraciones públicas y en las acciones de su gobierno”⁴⁶ por considerarlo fundamental para garantizar un voto libre, auténtico y efectivo el dos de julio.

López Obrador, candidato presidencial de la coalición Por el Bien de Todos, arremetió contra el presidente Vicente Fox por hacer proselitismo a favor del

⁴⁶Reséndiz, Francisco. “Enturbia apoyo de Fox a Calderón el proceso electoral: ONU”. *El Universal* 15 de junio de 2006.

abanderado del PAN a la presidencia, Felipe Calderón Hinojosa, además, de criticar a Marta Sahagún, esposa del primer mandatario.

El perredista dijo: "ya que ando encarrerado, ¿dónde está el demócrata Vicente Fox utilizando el gobierno y la institución presidencial con mensajes de televisión y radio para ayudar al candidato de su partido? ¿No le parece que eso es una falsedad, una hipocresía, un cinismo?".⁴⁷

Es visible que Fox trato de regresar al pasado priísta, en donde los presidentes hacían proselitismo a favor de su candidato. A un cuando Calderón no lo eligió Fox como su sucesor, pero si lo apoyo de gran manera. En la resolución del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación dijo que la intervención del Presidente Vicente Fox y los empresarios no fueron decisivos en los electores.

2.6 El papel del IFE durante el proceso electoral del 2006

En cuanto al papel del IFE, que debería haber sido una institución relevante y neutral, que vela por el respeto de la voz popular y que promueva la libre participación de los ciudadanos para consolidar la democracia dejo a un lado todo esto y tomo una posición que dejo una idea de favorecer al PAN, durante la campaña electoral el IFE no presionó para que los medios de comunicación eliminaran todas las declaraciones infundada hacia el candidato López Obrador.

Además, el IFE permitió que se sumaran a la propaganda del PAN quienes tenían limitaciones legales para ello, como los inversionistas extranjeros o empresas mercantiles. Fue el caso de Jumex, Sabritas, Televisa (por medio de su telenovela La fea más bella y el programa semanal Qué madre tan padre), Dulces la Rosa, Coppel y el consorcio Alsea (integrado entre otras franquicias por Domino's Pizza, Starbucks Café y Burger King). Con sus omisiones, los consejeros del Instituto

⁴⁷ Ramos, Jorge. *AMLO "Censura apoyo de Fox para Calderón"*. *Periódico El Universal*, 09 de febrero de 2006

Federal Electoral también facilitaron la intervención del Consejo Coordinador Empresarial –mediante spots e impresos que inducían a votar por Calderón– y de organizaciones de membrete como “Ármate de Valor y Vota”.

El panorama en 2006 fue muy diferente, producto de lo que ocurrió cuando se renovó el consejo general del IFE en octubre del 2003. Se suscitó un debate en torno a que si los consejeros podrían reelegirse o no, el PRD, buscaba la reelección de uno de sus consejeros, frente a un PRI que se rehusaba tajantemente, produciéndose un enfrentamiento que acabo derivado en un acuerdo entre PRI y PAN mediante el cual los dos partidos junto al PVEM se repartieron la designación de los consejeros electorales, dejando al PRD fuera de la jugada.⁴⁸

Ya que en vez de fortalecer el sistema democrático se está debilitando y en vez de vivir en una democracia vivimos en una videocracia que implica alimentar de sustancia vacía a democracia como gobierno de opinión en la cual predomina el ver y luego pensar un efecto que atrofia la capacidad de entender.

Toda esta serie de elementos la guerra sucia, los factores inherentes a la personalidad del candidato del PRD, los errores cometidos durante la campaña electoral del PRD y el apoyo por parte del poder ejecutivo federal y de la ineficacia en IFE que pudo favorecer al PAN y su candidato hicieron que Calderón ganara la elección.

Es importante asentar que los consejeros electorales incurrieron en “conducta delictiva”. Julio Scherer explica: el IFE “toleró que en los medios masivos de comunicación aparecieran mensajes y anuncios publicitarios que, notoriamente, no sólo desacreditaban a López Obrador y beneficiaban la postura del candidato del PAN, sino también claramente implicaban, por un lado, un rebase al tope de los gastos de campaña y, por otro, el financiamiento tanto de personas morales

⁴⁸ Hernández Avendaño Juan Luis, Muñoz Armenta Aldo, *Democracia reprobada la elección presidencial de 2006*, Universidad Iberoamericana 2010. P. 53

mercantiles como de asociaciones y/o grupos de los que se desconocen su origen y fuente de sus recursos".⁴⁹

2.7 Estrategia, estilo de campaña, rasgos de personalidad y actitudes del candidato del PRD

Andrés Manuel López Obrador dio inicio a su campaña en el municipio de Metlatónoc, Estado de Guerrero, el municipio más pobre del país, en el cual se pronunciaba por la eliminación de desigualdad entre las personas.

Como fue mencionado el candidato del PRD pretendía hacer una campaña a ras de tierra para estar en contacto con la gente y evitar el uso de los medios para que el ciudadano conociera sus propuestas de viva voz. Su descontento con las televisoras lo llevó a no dar casi ningún tipo de entrevistas. Su campaña fue vista como *rara*, ya que la gente prefiere ver televisión que ir a una reunión con su candidato.

"Por el bien de todos, primero los pobres", el lema que Andrés Manuel López Obrador uso en la competencia para llegar a la jefatura de Gobierno del Distrito Federal en el 2000, fue el mismo de su campaña nacional para competir por la presidencia del 2006. Porque, explicó, en su discurso de toma de protesta, "es más que un lema, es un principio fundamental"⁵⁰ de su itinerario político a partir de ese momento. La campaña da inició, formalmente el 18 de enero, pero en realidad su campaña comenzó desde que ganó la jefatura de gobierno del DF.

Se dijo que los gastos de campaña de López Obrador estaban financiados con dinero ilícito obtenido a través de la extorsión, el chantaje y el saqueo que el gobierno perredista hace en la ciudad de México.⁵¹ Documentos revelaron que

⁴⁹Op. Cit.

⁵⁰ Petrich Blanche, "Primero los pobres, bandera que enarbolará de nuevo López Obrador", *Periódico la Jornada*, diciembre 11 2005.

⁵¹ Enrique Mercado Luis, "Extorsión, robo y chantaje en la campaña de AMLO", *diario el Economista*, junio 12 2006.

cuando López Obrador era Jefe de Gobierno del DF se decidió obtener dinero para financiar su campaña presidencial, inflando los presupuestos de las obras públicas; chantajear a los proveedores del Gobierno del Distrito Federal a cambio de recibir obras públicas y extorsionar a vendedores ambulantes, giros negros, taxistas y *microbuseros* y a la policía capitalina.⁵²

Durante el recorrido de López Obrador por el país, el aspirante presidencial resumió en cada región que visitó sus compromisos estatales, entre los que siempre figuran pensiones a adultos mayores, madres solteras; mejorar la atención médica del IMSS e ISSSTE; prioridad de la educación pública y gratuita; no aumentar los impuestos, entre otros.⁵³ Además, se comprometió a:

- Respetar los resultados de las elecciones, aun cuando no le sean favorables.
- Que su equipo de campaña puede considerarse como “salinista”, pero todos se deslindaron de esa corriente.
- Que invitaría a Juan Ramón de la Fuente a participar en política.
- A una Reforma fiscal, sin Impuesto al Valor Agregado (IVA) en alimentos y medicinas.
- No privatizar Pemex ni a la Comisión Federal de Electricidad (CFE)
- Sobre el aborto, se apegaría a lo que señale la ley. Sobre eutanasia, considera que la decisión corresponde a médicos y familiares. Respetará los derechos de las minorías, pero invitaría al debate en el caso de las relaciones homosexuales.
- No legalizaría las drogas.

⁵² Op. Cit.

⁵³ Redacción online, El Universal, “Expone López Obrador compromisos “Estado por Estado” 16 de marzo 2006

- Se compromete a que nunca pedirá la reelección presidencial. Se consideró así mismo como un luchador social.
- Propuso soluciones para la inseguridad, basado en el bienestar social, creación de nuevos empleos, mayores facultades para el ejército en el combate a las drogas.

Una forma de mostrar sus propuestas de campaña fue haciendo un programa televisivo en el cual se revisarían los pormenores de la elección. Dicho programa se transmitía entre las cinco de la mañana y las siete con un formato de revista, cuando el uso de medio tenía un costo menor al de los llamados horarios estelares. Por primera vez en la historia electoral de México, un aspirante presidencial, tenía un programa en la televisión abierta. La producción general corre a cargo de personal de la agencia Detrás de la Noticia, del periodista Ricardo Rocha, y contempla la realización de un programa en vivo en sus instalaciones.⁵⁴

El programa fue una buena innovación para hacer campaña para que la gente viera lo que el candidato y el partido estaban haciendo, pero el error fue el horario, estaba supuestamente peleado con los medios de comunicación pero un programa a las seis de la mañana era muy probable que fuera visto por grandes cantidades de ciudadanos a cambio de hacer spots en horarios estelares de televisión esto tal vez ayudaría a incrementar el índice de aceptación.

Se puede hablar de la personalidad y la actitud del candidato del PRD, su alejamiento de los medios de comunicación (aun cuando como jefe de gobierno del DF tenía entrevista televisada con los medios), no confiaba en las instituciones ni en la figura presidencial. Su actitud intolerante y no le llevaba a nada, más aún, al insultar al presidente llamándolo *chachalaca*, este demostraba una personalidad que no era apta para un aspirante a la presidencia de la república.

⁵⁴ Aguirre, Alberto, "Tendrá AMLO programa en TV abierta", *Periódico Reforma*, enero 13 del 2006.

La doctora en psicología Liz Basáñez comentó que la acusación de "complot" que esgrimió el candidato presidencial de la coalición Por el Bien de Todos no es una postura ni una táctica, sino una convicción. Está auto convencido de que es un complot porque así responde a su estructura victimizada. Es la punta del iceberg de una estructura paranoide en su personalidad; su actitud se ha rigidizado, ya que tiene una bajísima tolerancia a la frustración, se sostiene por auto indulgencia.⁵⁵

López Obrador es un "hábil manipulador que explota la miseria y desinforma las masas para convertirse en el '*rayito de esperanza*' que mágicamente resolverá los problemas del país"⁵⁶ su sistema económico no es claro, va en contra del modelo neoliberal pero no ofrece una alternativa viable. Descalifica las instituciones, para él, la única ley es la suya, refleja lo intolerante e incongruente que es; no acepta ninguna opinión contraria a él todo lo que le perjudica es un complot y él es una víctima.

Como resumen de este capítulo se abordaron los temas referentes al desarrollo y resultado de la campaña electoral presidencial del PRD en el 2006, en donde se definió el concepto de guerra sucia, misma que fue un elemento fundamental durante la elección presidencial del 2006, así mismo el papel que desempeñó el IFE durante el proceso electoral y la designación de los consejeros electorales, la injerencia del entonces Presidente Vicente Fox, la propaganda realizada a favor del candidato del PAN y rasgos de personalidad López Obrador.

Lo cual permitirá en el siguiente capítulo entrar al análisis de los resultados de la jornada electoral del dos de julio del 2006.

⁵⁵ Basáñez Liz, "AMLO, Personalidad Prepsicótica", *Diario el Financiero*, Septiembre 5 2006. Directora general, centro especializado en el tratamiento de ansiedad y depresión.

⁵⁶ Tarin, Godoy, Carlos, "Los candidatos", *Periódico Reforma*, enero 15 2006.

Análisis del voto perredista en el 2006

Para el último capítulo de la investigación se tiene como la distribución del voto del PRD en la elección presidencial del 2006; el voto clientelar del PRD y como se dio la Regionalización del voto del PRD mencionando cuales fueron las regiones en las que se dio la mayor parte del voto perredista.

3.1.- El voto del PRD en el 2006.

En el proceso electoral presidencial del 2006 sólo dos candidatos tenían la posibilidad de acceder al poder, según las encuestas preelectorales; Felipe Calderón Hinojosa por el PAN y Andrés Manuel López Obrador con la Alianza por el bien de Todos (PRD, PT y Convergencia). Estos candidatos eran los más fuertes durante el proceso electoral, el cual estuvo marcado para la historia del país, ya que fue la primer elección en la que existió una gran incertidumbre electoral por quien sería el próximo presidente de la República además, de ser la primeras elecciones que se llevaban a cabo en un gobierno distinto al PRI.

Las pocas posibilidades del PRI y su abanderado a la presidencia de la República eran por tres razones básicas; la primera, la elección al interior del partido generó un conflicto que derivó en la formación de una corriente interna en contra de su abanderado y dirigente nacional, Roberto Madrazo Pintado (TUCOM).⁵⁷ Segundo,

⁵⁷ Todos Unidos Contra Roberto Madrazo, encabezado por el ex gobernador del Estado de México y principal contendiente en la precandidatura, Arturo Montiel Rojas.

las diversas encuestas indicaban que Madrazo se ubicaba en tercer lugar fuera de las posibilidades. Tercero, el clivaje electoral⁵⁸ se ubicaba entre el PAN, partido en el gobierno, su candidato y el PRD partido en el gobierno del D.F. y su abanderado.

Que el electorado priista haya decidido cambiar su voto hacia el PRD se debió a los problemas por lo que atravesaba el partido como lo fueron la forma en la que se eligió al candidato, Roberto Madrazo, lo cual provocó una fractura dentro del partido, hubo un distanciamiento entre las cúpulas y la base militante y, más aun, con los ciudadanos a los que se descuidó, “la crisis del Revolucionario Institucional en esta última elección ha sido resultado de desechar la gran oportunidad que se dio con la alternancia política del 2000, donde por primera vez se presentan las condiciones adecuadas para convertirse en un auténtico partido de masas, democratizando sus acciones y procesos internos.”⁵⁹

El PAN gana la elección posiblemente ayudado por los factores mencionados en el capítulo dos como: la guerra sucia, la injerencia del ejecutivo y organismos empresariales, por el papel –limitado– que tuvo el IFE. Es relevante señalar que el PRD pierde por los elementos señalados en los rasgos de personalidad de su candidato y los errores cometidos en su campaña pero es importante destacar que con los votos obtenidos se convierte en la segunda fuerza electoral, incluso desplazando al PRI al tercer lugar.

Es de vital importancia apuntar que el PRD pasa de un 16.64% en la elección del 2000 a un 35.31% en la elección presidencial del 2006. Desde su origen el partido ocupaba la tercera posición y a sólo 17 años ocupó la segunda fuerza electoral del país.

⁵⁸ Eva, Anduiza, *Comportamiento Electoral*. España, 1998, Ariel. La autora indica que el clivaje electoral se forma en dos pasos; la fractura social y la formación de valores políticos en la sociedad.

⁵⁹ Delgado Hernández Mauro, “Causas de la Debacle Político Electoral del PRI este 2 de Julio pasado”, *Diario voz independiente*, julio 19, 2006.

Cuadro siete. Resultados de elección presidente de la República 2006 por partidos y alianzas

	RESULTADOS DE LA VOTACIÓN						LISTA NOMINAL	% DE PART.
	PAN	PRI/PVE M	PRD/PT/CE	NA	ASDC	TOTAL		
TOTAL NACIONAL	15,000,284	9,301,441	14,756,350	401,804	1,128,850	41,791,322	71,374,373	58.55 %
	35.89%	22.26%	35.31%	0.96%	2.70%	100.00%		
Aguascalientes	193,588	97,513	89,920	5,597	16,275	413,897	703,700	58.82 %
	46.77%	23.56%	21.73%	1.35%	3.93%	100.00%		
Baja California	450,186	203,233	224,275	13,522	35,917	950,720	2,024,311	46.97 %
	47.35%	21.38%	23.59%	1.42%	3.78%	100.00%		
Baja California S.	62,127	29,874	77,875	1,475	5,470	180,847	329,952	54.81 %
	34.35%	16.52%	43.06%	0.82%	3.02%	100.00%		
Campeche	99,526	87,412	101,192	8,470	4,756	312,522	483,244	64.67 %
	31.85%	27.97%	32.38%	2.71%	1.52%	100.00%		
Coahuila	400,894	245,960	225,117	8,412	26,450	929,944	1,707,904	54.45 %
	43.11%	26.45%	24.21%	0.90%	2.84%	100.00%		
Colima	107,880	76,586	61,434	1,567	5,284	258,126	410,285	62.91 %
	41.79%	29.67%	23.80%	0.61%	2.05%	100.00%		
Chiapas	215,358	427,351	551,749	7,378	15,065	1,272,623	2,594,044	49.06 %
	16.92%	33.58%	43.36%	0.58%	1.18%	100.00%		
Chihuahua	523,914	341,916	212,069	20,375	31,414	1,161,633	2,382,460	48.76 %
	45.10%	29.43%	18.26%	1.75%	2.70%	100.00%		
Distrito Federal	1,325,474	413,644	2,813,112	27,152	175,517	4,839,285	7,111,118	68.05 %
	27.39%	8.55%	58.13%	0.56%	3.63%	100.00%		
Durango	255,229	153,990	128,881	5,769	11,188	572,043	1,052,052	54.37 %
	44.62%	26.92%	22.53%	1.01%	1.96%	100.00%		
Guanajuato	1,155,403	368,789	301,463	18,611	49,753	1,961,051	3,425,081	57.26 %
	58.92%	18.81%	15.37%	0.95%	2.54%	100.00%		
Guerrero	160,253	263,055	510,217	10,493	16,809	992,131	2,135,213	46.47 %
	16.15%	26.51%	51.43%	1.06%	1.69%	100.00%		
Hidalgo	251,772	235,926	385,750	15,360	25,702	945,590	1,621,727	58.31 %
	26.63%	24.95%	40.79%	1.62%	2.72%	100.00%		
Jalisco	1,435,334	705,925	559,266	37,739	93,836	2,910,366	4,711,399	61.77 %
	49.32%	24.26%	19.22%	1.30%	3.22%	100.00%		
Estado de México	1,771,515	1,033,110	2,469,093	61,494	215,857	5,701,032	9,155,396	62.27 %
	31.07%	18.12%	43.31%	1.08%	3.79%	100.00%		
Michoacan	515,600	283,157	615,535	8,229	29,951	1,495,097	2,952,114	50.64 %
	34.49%	18.94%	41.17%	0.55%	2.00%	100.00%		
Morelos	226,340	111,118	312,815	12,129	24,736	709,101	1,176,598	60.27 %
	31.92%	15.67%	44.11%	1.71%	3.49%	100.00%		
Nayarit	69,097	123,284	152,999	3,840	7,730	365,847	673,987	54.28 %

	RESULTADOS DE LA VOTACIÓN						LISTA NOMINAL	% DE PART.
	PAN	PRI/PVE M	PRD/PT/CE	NA	ASDC	TOTAL		
	18.89%	33.70%	41.82%	1.05%	2.11%	100.00%		
Nuevo Leon	865,006	488,402	282,384	31,112	51,760	1,769,218	2,947,532	60.02 %
	48.89%	27.61%	15.96%	1.76%	2.93%	100.00%		
Oaxaca	226,304	428,026	620,062	5,620	19,482	1,349,183	2,322,949	58.08 %
	16.77%	31.72%	45.96%	0.42%	1.44%	100.00%		
Puebla	743,831	460,183	639,659	20,418	50,234	1,984,166	3,436,519	57.74 %
	37.49%	23.19%	32.24%	1.03%	2.53%	100.00%		
Querétaro	322,975	133,188	160,383	6,028	16,536	660,384	1,033,114	63.92 %
	48.91%	20.17%	24.29%	0.91%	2.50%	100.00%		
Quintana Roo	111,485	105,086	147,839	2,768	8,801	385,722	675,884	57.07 %
	28.90%	27.24%	38.33%	0.72%	2.28%	100.00%		
San Luis Potosí	462,329	207,602	204,983	8,360	23,648	951,724	1,592,136	59.78 %
	48.58%	21.81%	21.54%	0.88%	2.48%	100.00%		
Sinaloa	363,461	263,553	301,709	6,717	20,620	980,684	1,732,096	56.62 %
	37.06%	26.87%	30.77%	0.68%	2.10%	100.00%		
Sonora	468,288	175,365	240,114	6,914	23,187	934,327	1,669,403	55.97 %
	50.12%	18.77%	25.70%	0.74%	2.48%	100.00%		
Tabasco	31,975	344,526	512,743	1,906	4,261	911,113	1,335,454	68.22 %
	3.51%	37.81%	56.28%	0.21%	0.47%	100.00%		
Tamaulipas	506,177	317,849	324,491	12,424	25,025	1,225,922	2,225,129	55.09 %
	41.29%	25.93%	26.47%	1.01%	2.04%	100.00%		
Tlaxcala	140,128	59,672	180,487	3,426	11,130	410,230	704,648	58.22 %
	34.16%	14.55%	44.00%	0.84%	2.71%	100.00%		
Veracruz	1,006,676	727,638	1,036,494	17,777	55,971	2,942,364	4,875,677	60.35 %
	34.21%	24.73%	35.23%	0.60%	1.90%	100.00%		
Yucatán	364,353	260,116	125,152	4,504	12,962	789,155	1,178,719	66.95 %
	46.17%	32.96%	15.86%	0.57%	1.64%	100.00%		
Zacatecas	167,806	128,392	187,088	6,218	13,523	525,275	994,528	52.82 %
	31.95%	24.44%	35.62%	1.18%	2.57%	100.00%		

Fuente: Instituto Federal Electoral (IFE en línea)

Es importante señalar que “el PRD, el partido botica ya que en sus anaqueles se puede encontrar de todo, que apenas en julio de 2006 perdió no sólo la posibilidad de convertirse en poder presidencial, sino que sufrió la más dolorosa derrota cultural e ideológica. Ya que debido a sus desmedidas ambiciones de poder y a que ponderó como prioridad alcanzar el poder a costa de lo que fuera, incluso de relegar de sus

filas pensamiento y práctica de izquierda, ya que fue colonizado por lo peor del PRI, en 2006 el PRD pasó de ser el impulsor de la transición democrática en 1988, a una vergonzosa copia del viejo PRI, con el agravante de que terminó en peldaño por el que la derecha alcanzó el poder en los años 2000 y 2006”.⁶⁰

El PRI es el partido que más perdió en la elección presidencial del 2006, ya de ser el segundolugar en el proceso electoral del 2000, año en que pierde después de su hegemonía de más de sesenta años en el poder para el 2006 paso al tercer lugar.

El PRD fue el más inconforme con los resultados finales de la jornada electoral del proceso electoral del 2006 pero su tarea es tratar de mantener a estos electores y seguir manteniendolos, captura más votos para procesos electorales posteriores y demostrar que es una verdadera propuesta para el electorado y no una copia del viejo PRI como PNR.

¿Pero de que parte de la población fue que obtuvo su mayor votación el PRD en la elección presidencial del 2006? Fue del voto desplazado de PRI: primero, Roberto Madrazo no logró captar la votación entre los jóvenes, como normalmente ocurría (los cuales se desplazaron hacia el PAN, ver cuadro ocho).⁶¹ Segundo, pierde presencia en los ciudadanos mayores de 50 años donde el candidato del PRD gana con sus programas de ayuda a los adultos de 65 años, programa que desarrolló en su gobierno en el D. F. Además, El candidato del PRI presenta el tradicional patrón de votación por nivel educativo, a mayor escolaridad menor votación. En los mexicanos con estudios máximos de primaria el PRI obtenía la mayoría de su votación.⁶²

Los votantes que mostraron más fidelidad a su candidato fueron los perredistas y los que menos fidelidad fueron los priistas. Los que abandonaron al PRI, se

⁶⁰ Alemán Ricardo, “Confirma el PRD anunciada derrota cultural por la democracia”, Periódico *El Universal*, Enero 13, 2008.

⁶¹ Silvia Gómez Tagle, *La transición inconclusa, treinta años de elecciones en México*. México, 1998, Colegio de México.

⁶² David Padilla Macayo, *Decadencia electoral del partido hegemónico*. México, 2003, FCPyS/UNAM

dividieron entre PAN, con Felipe Calderón, y PRD, con Andrés Manuel López Obrador, con ligera ventaja del perredista. El candidato del PRI obtenía la mayoría de sus votos por parte de las mujeres y de los ciudadanos con escolaridad máxima de primaria y de ingreso menor a tres salarios mínimos.⁶³

Cuadro nueve. Encuesta de edad en el proceso electoral del 2006 y voto.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	NO CONTESTA	TOTAL
EDAD							
De 18 a 29 años	33.6	18.8	32.1	1.2	4.3	10.0	100.0
De 30 a 49 años	32.8	19.7	32.1	0.8	2.3	12.3	100.0
De 50 y más años	28.6	21.7	31.4	0.7	1.5	16.1	100.0
Todos	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

Fuente: consulta Mitofsky analisis de la eleccion del 2006.

Se puede considerar que al viejo PRI lo representa en la actualidad el PRD y en especial con sus programas sociales para beneficio de los más desprotegidos y las personas mayores, tal y como lo realizó el PRI durante el Estado Benefactor.

Es cierto que, en los últimos años, “ocurrió en el país un ascenso importante de la izquierda, representada por el PRD, principalmente. Quizá ha disminuido su carácter agresivo, pero, sin duda, el “peso relativo” de esta tendencia política, en el escenario nacional, ha ido aumentando. Ese hecho se hizo evidente a la opinión pública con el aumento de la votación obtenida por el PRD, en la lección del 2006,

⁶³ Op. Cit.

en la última elección presidencial, cuando alcanzó casi la mitad de los votos emitidos en esos comicios.

También, es cierto que el alza del voto a favor de la izquierda, representada por el PRD, en la última elección presidencial del 2006 se debió en parte significativa, a la hábil —y un tanto sorprendente— campaña que llevó a cabo López Obrador. Sin embargo, es de notar que la participación de -López Obrador- no fue el único factor que generó el aumento de la votación por la izquierda, y más particularmente por el PRD”.⁶⁴ Además, está el marketing de gestión que utilizó el abanderado perredista desde que asumió la jefatura de gobierno del D. F. (en diciembre del 2000), que fue su principal plataforma de promoción electoral durante seis años.

En cuanto al perfil de los votantes por el PRD están caracterizados por ser ciudadanos mayores de 45 años y de niveles socioeconómicos más bajos. Es poco observable la aparición de votantes de nivel socioeconómico medio alto y alto estos se identifican más hacia el PAN. Se puede decir que el voto perredista se incrementa, con el crecimiento de la población con ingresos relativamente bajos. Esto implica que la posible votación a favor de los perredistas debe estar creciendo con una rapidez mayor que la votación de ingresos más altos, y que seguramente será por el PAN.

Es de suponer que las personas que votan por el PRD tienen ingresos económicos menores a las que votan por el PAN, de acuerdo a esto se puede decir que las personas identificadas al perredismo son individuos de bajo nivel económico y esto hace que se identifiquen con la izquierda porque esta tendencia ideológica siempre ha enarbolado la bandera contra la burguesía..

En cuanto a la educación como un factor que determina la aceptación con un partido, ya sea de izquierda o derecha, a mayor educación optan por votar por el

⁶⁴Bazdresch Carlos, “La debilidad de la izquierda”, *El Universal*, marzo 6, 2008.

PAN, en cuando las personas de menor grado de educación es más “volátil”⁶⁵ su voto y deciden ejercerlo a quien le dé mejores condiciones de vida. Así el ciudadano más educado (preparatoria y superior) se ubican más dentro del PAN; en tanto, los menos educados tienden a votar por el PRD (ver cuadro 10)

Cuadro 10. Encuesta del votante según la escolaridad.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	No CONTESTA	TOTAL
ESCOLARIDAD							
Primaria	26.6	25.0	30.7	0.7	1.3	15.7	100.0
Secundaria	29.9	20.9	32.7	1.2	2.6	12.7	100.0
Preparatoria	35.0	15.7	33.8	0.9	4.5	10.1	100.0
Universidad y más	41.8	13.1	31.5	0.8	3.7	9.1	100.0
Todos	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

Fuente: consulta Mitofsky análisis de la elección 2006.

Los partidos al identificar esta volatilidad electoral en los votantes con menor grado de estudios lo que hacen es tratar de promover el bienestar de la población, y con esto lograr que este segmento se sienta identificado con las propuestas de los

⁶⁵La "volatilidad" del electorado estarían mas vinculadas a la percepción, por lo general inducida (titulares, artículos, encuestas, etc.) hacia las candidaturas y menos al hecho evidente de que la actitud o comportamiento tenga relación causal con la voluntad política de mantener un proceso de desorientación de la ciudadanía, podemos agregar que un enfoque sobre la "volatilidad" del voto debe tener en cuenta los mecanismos que operan en tal sentido. Ello permitiría entender que, a la ciudadanía le es difícil ejercer adecuadamente su derecho de elegir, particularmente cuando no está debidamente "preparada" y por lo tanto tiene dificultad por discernir entre propuestas y candidaturas, de manera tal que identifiquen si la motivación de las propuestas se asemeja a problemas que le son comunes y esperan se conviertan en soluciones.

partidos y con esto el electorado emita su voto a su favor, lo cual supone un voto racional. Es decir, analizan que partido realizara mejores planes de desarrollo. Prueba de ello es que el votante del D. F. vio y vivió los programas de desarrollo elaborados por el abanderado del PRD, durante su gestión como Jefe de Gobierno en la capital de país (2000-2005).

De acuerdo a una empresa de consultoría en las elecciones presidenciales del 2006 se identificó el voto de la manera siguiente; los hombres se inclinaron por López Obrador, mientras que las mujeres mostraron un perfil más dividido, dando algunas su voto a Patricia Mercado, candidata de Partido Social Demócrata, y sobre todo, alejándose del candidato perredista (ver cuadro 11).

Cuadro 11. Encuesta del votante según el género y votos de los mexicanos.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	No CONTESTA	TOTAL
SEXO							
Hombre	31.7	19.0	34.8	0.8	1.8	11.9	100.0
Mujer	32.0	20.9	29.4	1.0	3.4	13.3	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

Fuente: consulta Mitofsky. Análisis de la elección julio del 2006.

De acuerdo a la problemática del país “los ciudadanos que consideraron a la pobreza y al desempleo como principal problema del país, inclinaron su voto por López Obrador; es decir, Calderón no logró la ventaja que pretendía al identificarse como candidato del empleo. La oferta de combate a la inseguridad de Roberto Madrazo tampoco lo hizo destacar entre quienes identifican ese problema como el principal en México, obteniendo Calderón ventaja entre estos

ciudadanos”.⁶⁶De acuerdo a estos problemas que existían en el país es que el electorado vio que candidato podría dar mejores soluciones (ver cuadro 12).

Además, el nivel de ingresos es otro factor que determina el voto a favor o en contra de determinado candidato; el discurso del candidato del PRD estaba el lema “Mas para los que menos tienen”, un discurso calificado populista, en el cual llamó de todos aquellos sectores de la población olvidados, aquellos que no fueron tomados en cuenta, los más pobres. Es así que de acuerdo al salario mínimo el voto se dividió entre los de menos ingresos que tendieron a votar más por López Obrador y los mediano y altos ingreso se inclinaron más por Felipe Calderón (ver cuadro 13).

Cuadro 12. Encuesta del votante según mayor problemática del país y votos de los mexicanos.

SEGMENTO	 FELIPE CALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	No CONTESTA	TOTAL
PROBLEMA DEL PAÍS							
Desempleo	31.2	20.9	32.7	0.9	3.0	11.3	100.0
Inseguridad	36.6	20.0	27.8	0.6	2.8	12.2	100.0
Pobreza	26.8	22.1	34.9	1.1	2.2	12.9	100.0
TODOS	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

Fuente: consulta Mitofsky. Análisis de la elección del 2006 2 de julio.

Con esta encuesta podemos formular un perfil de los perredistas; son individuos en su mayoría de edad adulta(mayores de 65 años) posiblemente los votantes que se alejaron del PRI; en su mayoría son personas con estudios de primaria y secundaria,

⁶⁶ Consulta Mitofsky, Análisis de la elección 2 de julio del 2006.

son hombres que tienen problemas de empleo y requieren de mayor seguridad y mejores condiciones de vida ya que sus ingresos en su mayoría es de 0 a 3 salarios mínimos. Por otra parte, también, encontramos que en su mayoría son maestros y profesionistas, por lo general estos se identifican con los partidos de izquierda por lo cual le dan su voto al PRD.

Cuadro 13. Encuesta del votante según los ingresos de la población y votos de los mexicanos.

SEGMENTO	 FELIPE GALDERÓN	 ROBERTO MADRAZO	 ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR	 ROBERTO CAMPA	 PATRICIA MERCADO	No CONTESTA	TOTAL
INGRESO MENSUAL							
0-3 SM	26.4	23.3	33.0	1.0	2.2	14.1	100.0
3-7 SM	34.9	17.0	34.0	0.9	3.5	9.7	100.0
7-10 SM	43.5	13.7	29.9	0.7	3.8	8.4	100.0
10 + SM	54.2	10.3	25.9	0.3	2.7	6.6	100.0
Todos	31.9	20.0	31.9	0.9	2.6	12.7	100.0

Fuente: consulta Mitofsky análisis de la elección julio del 2006.

Con la encuesta es posible también formular un perfil de los panistas; son individuos en su mayoría jóvenes de entre 18 y 49 años, son personas con estudios de preparatoria y universidad, son profesionistas, son mujeres que consideran la inseguridad como uno de los principales problemas del país, son aquellos con sueldos mayores a tres salarios mínimos.

3.2.- El voto clientelar

El clientelismo electoral se ha definido como un intercambio interactivo que involucra diferentes tipos de recursos económicos y políticos (apoyo, lealtad, bienes, votos, afiliaciones, protección y promesas) que se da de manera asimétrica entre individuos, no entre grupos sociales, con diferentes grados de poder y en diferentes ámbitos incluidos el electoral.⁶⁷

En nuestro país el PRI era el partido que mayormente realizaba el clientelismo como una forma de campaña electoral. Pero hoy en día es posible ver a los demás partidos realizando la misma práctica para atraer el mayor número de votos o conseguir más afiliaciones para ganar los procesos electorales del país.

El clientelismo electoral que está asociado a condiciones sociales de marginalidad, educación y pobreza, por la recepción de beneficios sociales a cambio de su voto. El clientelismo electoral se da en tres vertientes: lugar de residencia, ingresos y escolaridad, ya que estos elementos son los que ubican al ciudadano en la estructura social.

En cuanto al lugar de residencia tenemos que en la mayoría de lugares rurales la población está menos escolarizada por lo cual en teoría es fácil la captación del voto dotándole de medios de producción para que sigan trabajando, lo que contrae si no se pone la debida atención a este sector de la población es probable que al no ver mejoras en sus condiciones de vida continúen aceptando la práctica de clientelismo electoral.

El clientelismo electoral se da en menor medida en los sitios urbanos, donde la población ya cuenta con los mínimos niveles de educación y esta ya es dotada de servicios por lo cual es menos probable la práctica del intercambio del voto por beneficios, que por la situación urbana ya pueden tener.

⁶⁷ R. Lemarchand y K. Legg, Clientelismo y el desarrollo político: Num 4, 1982

En tanto el clientelismo electoral encontrará en “la escolaridad una variable que determina las características del votante como sofisticado o no sofisticado, es decir, calibra el grado en que éste está habilitado para ejercer el sufragio en términos de información, comprensión e interés político conforme aumenta la escolaridad disminuye la exposición declarada a la compra y coacción”⁶⁸ del voto.

Así, la educación es un elemento importante contra el clientelismo electoral, ya que el electorado ve el verdadero fondo de las campañas electorales y emite un buen juicio a la hora de votar, se especula que es un ciudadano racional.

Otro elemento contra el clientelismo electoral son los ingresos, la población no intercambiará su voto por beneficios, ya que hay programas creados para beneficio de la población más desprotegida, así, el partido que mejore a su economía es por quien votara; el partido que le ofrezca un empleo o mejoras en los medios de producción para obtener mejores condiciones de vida obtendrá más votos.

Esto es importante ya que de acuerdo la educación, ingresos y el lugar de residencia es que la población determina su voto, por lo regular no racionalizan el voto y se van con el partido que ofrezca más intercambio.

El clientelismo electoral, es la compra de sufragios a cambio de favores, bienes materiales o dinero. Además, está la coacción del voto que son prácticas comunes sobre todo en los distritos electorales más competidos y que se ubiquen en las zonas rurales.

Un ejemplo del clientelismo electoral fue la llamada *Operación cochinita*; Felipe Calderón tuvo la ayuda de su amigo, el gobernador de Yucatán, Patricio Patrón. La prensa local documentó la compra de votos a favor de Calderón. Los operadores del gobernador entregaron despensas, láminas de cartón, apoyos del gobierno y hasta organizaron desayunos de cochinita pibil, para llevar después a los

⁶⁸ Aparicio Ricardo, Corchado David. *El perfil del votante clientelar en México durante las elecciones de 2000*. Estudios Sociológicos, Vol. XXIII, núm. 2, mayo agosto, 2005, p 380.

comensales a votar (eso que los panistas llaman acarreo cuando lo hacen los priístas).

El otro ejemplo del clientelismo electoral está en el PRD. En las recientes elecciones internas para elegir candidatos a legisladores y delegados en el D. F., las tribus del sol azteca dieron muestras de que en el PRI hicieron escuela. La Dirección General de Desarrollo Social ofreció despensas a la población. A los interesados se les entregó un vale color amarillo canjeable por una despensa si mostraban el dedo marcado con tinta indeleble y entregaban copia de su credencial de elector.⁶⁹

La sociedad más manipulable del país tiene ciertas características entre las cuales se encuentran las siguientes: es gente que reside en zonas rurales y urbanas electoralmente competitivas y en regiones donde predominan elevados índices de analfabetismo y de extrema pobreza, que son característica que se identificaron como el votante del PRD. Las personas más susceptibles se ubican en edad de más de 50 años con poca educación, de bajos ingresos, que habitan en vecindarios urbanos.⁷⁰

Lo de hoy es canjear despensas por votos, las cifras dicen que los servidores públicos cometen más delitos que los militantes de partido, los Estados más vulnerables son Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca, donde la pobreza parece ganarle a la democracia. Son funcionarios que intercambian recursos públicos por votos a favor de un partido político o candidato. Rumbo a la jornada electoral (2006) operaron entre la necesidad, la miseria y la emergencia. Hay territorios propicios para la coacción y compra de votos, entidades con importante población indígena y localidades marginadas por lo cual se registran los más altos índices de “delincuencia electoral”.⁷¹

⁶⁹Ramírez Cuevas Jesús, ¿Del clientelismo autoritario al clientelismo democrático? El voto del Hambre, periódico la Jornada, febrero 12 del 2006.

⁷⁰Op. Cit.

⁷¹Mario Gutiérrez vega, “Chantaje a la democracia”, Periódico *Reforma*, enero 29 2006

3.3.- Regionalización del voto

Nuestro país tiene una gran diversidad geográfica, cultural y política donde las expresiones regionales presentan características diferenciadas con una profundidad histórica, por lo cual se considera que las diferencias regionales son importantes para explicar las tendencias electorales del presente como del futuro de los partidos políticos y de las fuerzas sociales.⁷²

Ante las transformaciones que ha experimentado el sistema político de México en los '80s y '90s, el análisis del comportamiento electoral de los ciudadanos resulta de suma importancia para los estudiosos de los fenómenos inherentes al proceso de transición democrática que vive al país.⁷³

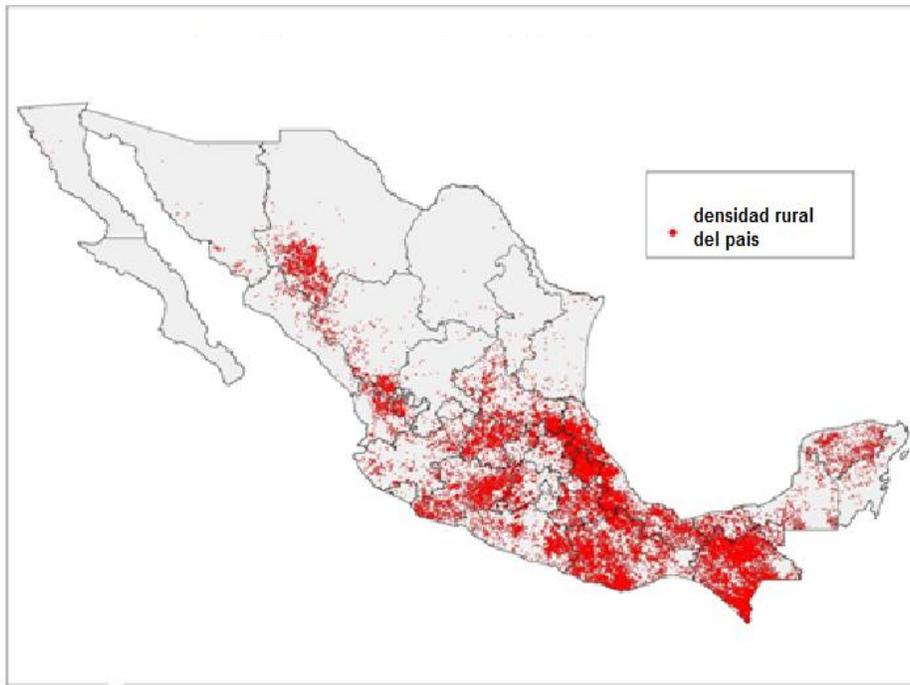
Cabe destacar la importancia del estudio de la geografía electoral debido al surgimiento de nuevas relaciones entre el comportamiento electoral y las variables de carácter económico y político. El comportamiento electoral depende en un alto grado de las condiciones socio demográficas, llamada geografía electoral.⁷⁴

⁷² Gómez Tagle Silvia, Valdés María Eugenia, *La geografía del poder y las elecciones en México*. Estudios Sociológicos, 2000

⁷³Ibidem.

⁷⁴ Geografía electoral que puede ser definida como un método cartográfico para describir el reparto regional de las fuerzas partidarias, lo que permite identificar las tendencias políticas tanto en la zona de arraigo de un partido como en las zonas de orientación política de los electores, se debe tomar en cuenta que lo electoral es parte de lo político entendido como un criterio más amplio como relaciones de poder.

Mapa uno. Densidad rural del país



Fuente: Coneval, Consejo Nacional de Evaluación

Según el Consejo Nacional de Evaluación en el país se considera a los 50 municipios que son los más pobres del país, estos son los siguientes:

Cuadro 14. Municipios más pobres del país

- Oaxaca San Lorenzo Texmelúcan
- Chiapas San Juan Cancuc
- Chiapas Santiago el Pinar
- Puebla Chichiquila
- Oaxaca San Simón Zahuatlán
- Chiapas Tenejapa
- Oaxaca Santos Reyes Yucuná
- Chiapas Chalchihuitán
- Oaxaca San Francisco Ozolotepec
- Chiapas Aldama

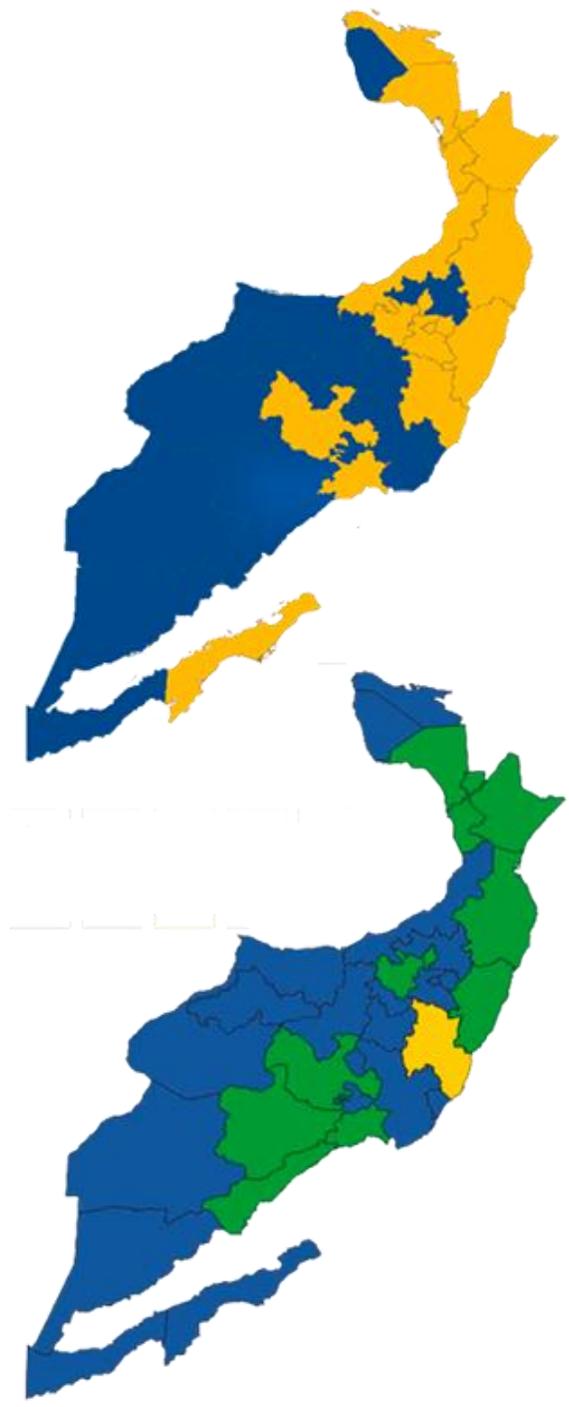
- Oaxaca San Jerónimo Coatlán
- Chiapas Larráinzar
- Veracruz Tehuipango
- Chiapas Oxchuc
- Oaxaca Santa Catalina Quierí
- Chiapas Tumbalá
- Chiapas Sabanilla
- Oaxaca San Miguel Huautla
- Oaxaca Santa Catarina Quioquitani
- Hidalgo Yahualica
- Chiapas Ocotepec
- Oaxaca Santo Tomás Ocotepec
- Oaxaca Santiago Textitlán
- Chiapas Chanal
- Oaxaca Santiago Ixtayutla
- Chiapas Chenalhó
- Oaxaca San Francisco Logueche
- Chiapas San Andrés Duraznal
- Oaxaca Santa María Zaniza
- Chiapas Chilón
- Oaxaca San Pablo Cuatro Venados
- Oaxaca San Bartolomé Ayautla
- Oaxaca San Juan Bautista Tlacoatzintepec
- Chiapas Pantelhó
- Chiapas Huixtán
- Chiapas Huixtán
- Oaxaca Santa María Teopoxco
- Oaxaca San Lucas Camotlán
- Oaxaca San Juan Ozolotepec
- Hidalgo Huazalingo
- Chiapas Huitiupán
- Chiapas Tila
- Hidalgo Xochiatipan
- Oaxaca San Miguel Piedras
- Veracruz Filomeno Mata
- Oaxaca San Pedro Jaltepetongo
- Oaxaca San Andrés Teotilálpam
- Oaxaca San José Lachiguiri
- Oaxaca San Miguel Mixtepec
- Guerrero José Joaquín de Herrera

Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social

En el mapa dos se puede observar cómo se distribuyó el voto en el país en el 2000 y el cambio drástico que tomó el electorado en el 2006, medido por entidades. Es visible que el PRD no era un partido que tuviera gran aceptación por parte del electorado durante las elecciones presidenciales en el 2000, ya que sólo ganó la mayoría de votos en el Estado de Michoacán, entidad que gobernaría más adelante. Seis años después logró el triunfo en la mitad de los Estados de la República, incluso recuperó la mayoría de votos del D. F., entidad que aun cuando la gobierna desde 1997 en el 2000 fue mayoritariamente a favor de Fox (ver cuadro ocho).

En el cuadro ocho se puede observar el desplazamiento electoral entre los tres principales partidos durante la elección presidencial del 2006. El PRD desplaza al PRI en nueve entidades y al PAN en tres. El resto de los Estados son ganados por el PAN (el PRI no fue mayoría en ninguna entidad).

Mapa dos. Geografía electoral comparada de las elecciones presidenciales 2000 y 2006



Fuente: Elaboración propia basado en datos del IFE (Instituto Federal Electoral).

Cuadro ocho. Estados con votación mayoritaria para el PRD en el 2006

Ganados al PRI	Ganados al PAN
Zacatecas Nayarit. Guerrero. Oaxaca. Chiapas. Tabasco. Campeche. Quintana Roo. Hidalgo.	Baja California Sur Veracruz Distrito Federal

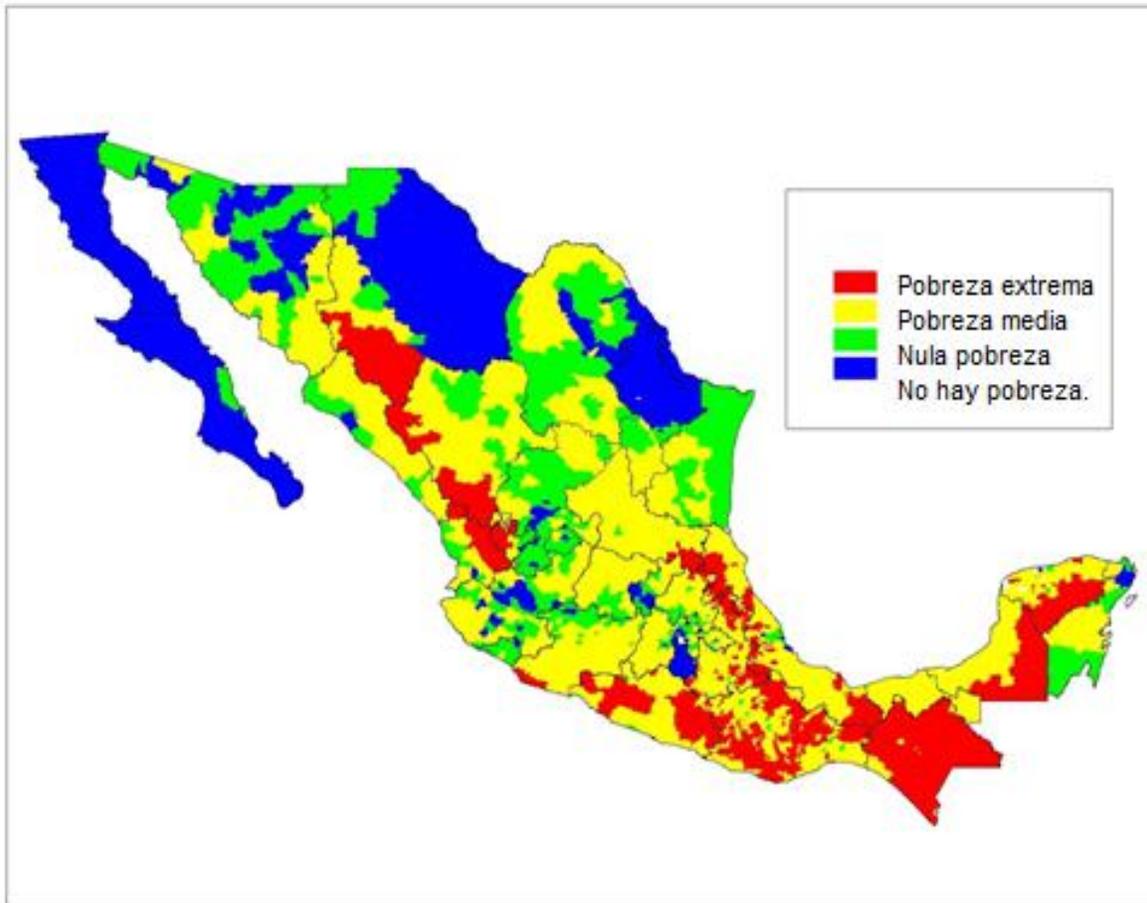
Fuente: Elaboración propia.

Con el mapa tres y el cuadro 14 es identificable que los Estados más pobres se encuentran en el sur del país. En la elección del 2006 la mayor parte de los Estados (Chiapas, Oaxaca, Hidalgo, Puebla y Guerrero) los ganó el PRD solamente en Puebla gana el PAN. Así el perfil de los votantes del PRD se identifican en su mayoría con un discurso hacia la pobreza que desarrolló el candidato presidencial, López Obrador.

En el cuadro 10 se habla que son las personas de menor ingreso quienes votan por el PRD, ya que se ubican, en los municipios más pobres, no es de extrañar que las habitantes de dichos lugares son personas con un grado de educación mínimo y son denominados municipios rurales, aquí las personas que son muy vulnerables y fáciles de manipular por los partidos para obtener su voto mediante incentivos para que den su voto.

En el mapa dos es visible en el 2006 que la parte sur del país es amarilla, al votar por el PRD, y la parte norte es azul, por el voto hacia el PAN, es clara la polarización del votante en las elecciones presidenciales de este año.

Mapa tres. Estatus de pobreza por municipio 2002



Fuente: Coneval, consejo nacional de evaluación de la política de desarrollo social

La polarización electoral del votante en el 2006 puede ser entendida como el resultado de la desigualdad en los desarrollos regionales y de posturas ideológicas entre norte y sur; en la que no tienen cabida los matices o medias tintas. Algunas veces, se ha empleado el término polarización para denominar una forma peculiar de desigualdad en la que crecen los extremos ideológicos desapareciendo casi por completo los niveles intermedios.

Actualmente se a visto envueltos en la polarización los votantes a raíz de la controversial situación política del país generada por los cadidatos del PAN y PRD, que ha fracturado de forma profunda la política, creándose así dos grupos; (el de los no tan buenos y los no tan malos), el de la derecha conservadora y la izquierda liberal, mismos que no incluyen ni representan a toda la sociedad. En nuestro día a día vemos a través de los medios de comunicación cómo esto empeora y el fenómeno de polarización se hace más acentuado no sólo entre nuestros políticos y gobernantes, sino amenazando con extenderse a la sociedad en su conjunto.⁷⁵

La polarizacion del elector mexicano en el 2006 es preocupante, porque frena el desarrollo económico y democrático. Hay más de dos “Mexicos”: el de los pobres y el de los ricos; el del norte y el del sur, el Banco Mundial (BM) se compromete a dar una ayuda con 210 mil dólares para impulsar proyectos de fiscalidad ciudadana que frenen los efectos de esta división.

El BM Advirtió que sin equidad social se compromete la economía mexicana, porque no existen garantías de que todos los segmentos de la población avancen con equidad. Esto ocurre cuando no hay competencia en los mercados, cuando prevalecen monopolios públicos o privados que no permiten la mejora de los servicios, especialmente en el caso de la educación.⁷⁶

Es observable que la polarizacion del votante mexicano en el 2006 no es sólo un efecto por la ideología de los electores o una simple division sino que va más alla contrae serios problemas económicos y sociales. Es bueno ver que el electorado posee un criterio propio pero esto debe de ir más alla de ver un simple beneficio sino que se debe tomar en cuenta el desarrollo del país y esto traera una mejor calidad en la vida de todos.

⁷⁵ Mercado Alberto, “Cuidado con la polarización”, en Periódico *La Jornada Jalisco*, mayo 12, 2008.

⁷⁶ Castellanos Antonio, “Preocupa al Banco Mundial la polarización social en México”, en Periódico *La Jornada*, diciembre cuatro, 2007

A modo de resumen del tercer capítulo, se abordaron los temas del voto del PRD en el 2006, creando un perfil de quienes son las personas que pudieron sufragar por el PRD y su candidato presidencial. El voto clientelar del PRD, cómo es que en los municipios en los que tiene mayor presencia son los más vulnerables a este tipo de prácticas como son el clientelismo electoral. Por último la regionalización del voto, mostrando como fue que se polarizo el voto para la elección presidencial del 2006.

Conclusiones

Con todo mencionado anteriormente podemos concluir que el proceso electoral presidencial del 2006 fue el más competitivo de la historia contemporánea del país, diversos fueron los temas discutidos por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación antes de que finalmente se pudiera calificar y validar la elección. Las impugnaciones a los resultados, giraron en torno al efecto de los *spots* transmitidos (La guerra sucia), tanto por los mismos partidos políticos como por terceros, actores totalmente externos a la contienda electoral, como el Consejo Coordinador Empresarial. Entre otros, ya que jugaron un papel nunca antes visto en un proceso electoral.

Asimismo, otro de los puntos a destacar es la intervención del Ejecutivo Federal en el desarrollo de la campaña presidencial. Se cuestionaron las declaraciones del entonces Presidente Vicente Fox, la publicidad del gobierno federal, así como el uso indebido de sus programas sociales con el fin de apoyar al candidato del partido en el poder.

Lo que enturbio más dicha elección fue el papel del IFE, un órgano neutral que no pudo detener todas las desacreditaciones entre candidatos; es decir, fue incapaz, aun con todos los recursos con los que cuenta, de detener la guerra sucia y transparentar el proceso. Su incapacidad aceptada con la renuncia del consejero presidente, Luis Carlos Ugalde, y con la reforma electoral donde se renuevan los consejeros debido al mal manejo que tuvieron durante el proceso electoral.

Aunque el desarrollo y resultado, de la elección del 2006, no fue sólo por los aciertos del PAN y los desaciertos del IFE, también influyó el candidato del PRD, López Obrador, un candidato que se creía ganador (desde el gobierno del Distrito Federal) cuando todavía no era la elección, es muy difícil planear una campaña electoral sin el uso de los medios de comunicación, el abanderado cometió muchos errores y estos fueron visibles. Cuando perdió la elección dejó de ser el candidato con mayor margen de aceptación de la población y se tuvo que conformar con ocupar una segunda posición.

Aunado a esto se sumó en contra, de López Obrador, el conflicto pos electoral que encabezó al haberse nombrado *presidente legítimo*, lo cual le llevó a perder un apoyo que en las urnas había ganado; así para las elecciones intermedias del 2009 pasó de la segunda fuerza electoral a la tercera, un lugar común para el PRD desde su origen.

Se puede decir que fueron los aciertos del PAN, los errores del PRD ya que entre ambos se determinó el resultado de la elección en el 2006. Todo estuvo inmerso en la mente de los votantes.

Es importante ver que el electorado priista se desalineó y se desplazó hacia el PRD; un electorado de bajos recursos, de comunidades rurales, obreros, campesinos y algunos profesionistas, que vieron en la propuesta del PRD, una opción viable y le dieron su voto, como una aprobación hacia su gobierno del Distrito Federal (2000-2005) pero no fue suficiente para ganar la elección presidencial, lo que resulta de gran importancia será ver si el PRD, es capaz de mantener el interés de los votantes para las próximas elecciones (2012) si puede mantener a este electorado.

Lo que tenemos que elogiar es la existencia de procesos electorales competitivos, donde existe una gran incertidumbre de quien puede ser el ganador, pese a las dudas que han existido desde el año 2000 cuando se dio la primer transición en el poder, se siembran evidencias de que el país transita a la democracia por la vía electoral, provocando elecciones cada vez más competidas. Que permite el

fortalecimiento paulatino de los partidos políticos, que paso a paso han ido creando las reformas electorales.

La hipótesis del trabajo es que durante el proceso electoral del 2006 hubo factores tanto internos como externos. En los internos podemos hablar de los rasgos de personalidad y actitud del candidato del PRD, cuando hablamos de externos nos referimos a la guerra sucia implementada por el PAN, la injerencia del Ejecutivo y la poca eficacia del IFE.

Es evidente que en una elección presidencial intervienen diversos factores, tanto internos como externos en los partidos políticos más aun cuando se trata de un sistema que nace a la democracia como el nuestro, además de los intereses sociales, económicos y políticos que se generan alrededor de cada uno de los candidatos, por lo cual es claro que una hipótesis que incluya factores internos y externos en una elección presidencial se da por probada.

Bibliohemerografía:

- Aguirre, Alberto, "Tendrá AMLO programa en TV abierta", *Periódico Reforma*, enero 13 del 2006.
- Alemán Ricardo, "Confirma el PRD anunciada derrota cultural por la democracia", diario *El Universal*, 13 de enero 2008.
- Aparicio Ricardo, Corchado David. *El perfil del votante clientelar en México durante las elecciones de 2000*. Colegio de México. pp380.
- Arriola, Federico: "La otra campaña de Fox" periódico *Milenio*, Mexico D.f. 11 de enero del 2006
- Ballinas Valdés Cristopher, "Las elecciones en México: cada voto cuenta", *Gobernanza* revista internacional para el desarrollo humano, edición 49 agosto 2006.
- Basáñez Liz, "AMLO, personalidad prepsicótica: Liz Basáñez". *El Financiero*, diario, septiembre 5 2006.
- Bazdresch Carlos, "*La debilidad de la izquierda*", *El Universal*, 6 de marzo del 2008.
- Bucio, Marcos. *Suma de restas, diferencias estratégicas en dos campañas electorales*. 2007
- Butler David, "Elecciones", en Vernon Bogdanor, *Enciclopedia de las instituciones políticas*. Madrid, Alianza Editorial, 1991
- Camacho, Oscar, Almazan Alejandro: *La victoria que no fue*. Grijalbo. 2006,
- Cárdenas Gracia, Jaime, *Partidos políticos y democracia.*, Instituto Federal Electoral.

- Castellanos Antonio, “Preocupa al Banco Mundial la polarización social en México”, *La Jornada*, diciembre 4, 2007
- Consejo General del Instituto Federal Electoral 29 de enero del 2006.
- Consulta Mitofsky, Análisis de la elección 2 de julio del 2006.
- Delgado Hernández Mauro, , “*Causas de la Debacle Político Electoral del PRI este 2 de Julio pasado*”, diario *Voz independiente*, edición 3 - 19-07-2006
- Duverger, Maurice, Partidos políticos. México, 1996, Fondo de Cultura Económica. México.
- Enrique Mercado, Luis, “Extorsión, robo y chantaje en la campaña de AMLO”, diario *El Economista*, junio 12 2006.
- Entrevista realizada por el Dr. David Padilla Macayo con la Dra. María Eugenia Valdés, Guadalajara, Jalisco, noviembre del 2007.
- Gómez Tagle Silvia, Valdés María Eugenia, *La geografía del poder y las elecciones en México*. México, Plaza y Valdés- IFE 2000
- Guerrero Gutiérrez, Eduardo, Fiscalización y Transparencia del Financiamiento a Partidos Políticos y Campañas Electorales: Dinero y Democracia, Serie cultura de la rendición de cuentas p. 25
- Hernández Avendaño Juan Luis, Muñoz Armenta Aldo, *Democracia reprobada la elección presidencial de 2006*, Universidad Iberoamericana 2010. P. 53
- Herreros, M. (1989), Teoría y técnica de la propaganda electoral, Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona, 1994..
- <http://www.senado.gob.mx/iilsen/content/publicaciones/revista2/4.pdf>
- Infante José María, “*Elecciones en México: restricciones, fraudes y conflictos*”, Revista *Confines* 1 / 2 agosto- diciembre 2005.
- Kotler Philip, *Marketing Social: Estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid. España, 1992. Diaz de Santos S.A.
- Lizárraga, Daniel. “Acusa AMLO a Carlos Salinas de inyectar dinero a Televisa para denostarlo”, revista *Proceso*.

- María Infante José, “Elecciones en México: restricciones, fraudes y conflictos”, en Martínez, Luis. *Guerra Sucia. Entre tres*, 2006
- Martínez Silva, Mario, Salcedo Aquino, Roberto. 1998, *Manual de Campaña. Teoría y Práctica de la Persuasión Electoral*, México: Colegio de Ciencias Políticas Y Administración Pública. Pp 36 – 37
- Martínez, Luis. *La guerra sucia. Elecciones 2006. Entre tres*. 2006.
- Mercado Alberto, “Cuidado con la polarización”, *La Jornada*, Jalisco, mayo 12 2008.
- Nohlen Dieter, *Presidencialismo sistemas electorales y sistemas de partidos en América Latina*. México, 1999, UNAM
- Nohlen, Dieter: *Sistemas electorales del mundo*. Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1981.
- Panebianco, Ángelo, *Partidos y modelos de partido*. Madrid, 2000, Editorial Alianza
- Petrich Blanche, “‘Primero los pobres’, bandera que enarbolará de nuevo López Obrador”, *La Jornada*, diciembre 11, 2005.
- R. Lemarchand y K. Legg, *Political clientelismo and development*: Num 4, 1982
- Ramírez Cuevas Jesús, “¿Del clientelismo autoritario al clientelismo democrático? El voto del Hambre”, periódico *La Jornada*, febrero 12 del 2006.
- Ramos, Jorge. “AMLO censura apoyo de Fox para Calderón”. *El Universal*, 9 de febrero de 2006
- Redacción online, *El Universal online*, Ciudad de México, Jueves 16 de marzo de 2006
- Reforma, “Tendrá AMLO programa en TV abierta”, periódico *Reforma*, México, enero 13 del 2006.
- Reséndiz, Francisco. “Enturbia apoyo de Fox a Calderón el proceso electoral: ONU”. *El Universal*, 15 de junio de 2006

- Reveles Vázquez Francisco, *Fundación e institucionalización del PRD*. México, 2008, Gernika-UNAM
- Reyna, Muñoz, Manuel. “La guerra sucia el perfil de una elección de Estado”. *Revista Digital Independiente Voz Universitaria*. Numero VI Abril-Mayo 2006
- Rouquié, H.: “La hipótesis bipartidista y la aparición de los sistemas políticos semi-competitivos”, *Revista francesa de Ciencia Política*. París, 1975.
- Scherer Ibarra, Jenaro Villamil. *La guerra sucia de 2 Julio*. Editorial Grijalbo. 2006
- Stanton, W.J., *Fundamentos de Marketing*. México, McGraw- Hill, 1992
- Tarin, Godoy, Carlos, “Los candidatos”, *Periódico Reforma*, enero 15 2006.
- www.monografias.com/trabajos19/partidopolitico.shtml
- www.universidadabierta.edu.mx/SerEst/MCP/Partidos%20Politicos%20II_archivos/Historia%20prd.html#origen
- www.youtube.com/watch?v=bHZ6M8HwCBY&list=PLB914A3A768E0D9CA
- www.youtube.com/watch?v=iGCGYGS CpFh8&list=PLB914A3A768E0D9CA
- www.youtube.com/watch?v=MjPju-mPyMQ
- www.youtube.com/watch?v=qy-VdmRIXZs&list=PLB914A3A768E0D9CA
- www.youtube.com/watch?v=zXCU0HDJ7Wk
- Zovatto, Daniel, *El financiamiento de la política en América Latina*. México, Fondo de Cultura Económica, 2003, capítulo uno.