

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA



Unidad Xochimilco
División de Ciencias Sociales y Humanidades

Comunicación política en las campañas
electorales de Quintana Roo: Análisis del
proceso para la elección de gobernador de 2010

T E S I S
que para obtener el grado de Maestra en Comunicación y Política
p r e s e n t a:
Minerva Alavez San Pedro

Cotutor: Dr. Luis Alfredo Razgado Flores

Cotutora: Dra. Alejandra Cazal Ferreira

México D.F., Julio de 2012

Tabla de contenido

Introducción	2
I. Campo de estudio de la comunicación política	7
1.1. Conformación de la disciplina	7
1.2. Principales modelos y propuestas teóricas	9
1.3. Papel de los medios de comunicación	13
1.4. Importancia del discurso	19
1.5. La opinión pública	23
1.6. Uso del <i>marketing</i>	26
II. La comunicación política en México	30
2.1. Actores de la comunicación política	30
2.2. Desarrollo de la comunicación política en momentos electorales	38
2.3. Propuestas de análisis	49
III. Contexto nacional	56
3.1. Democracia en México	56
3.2. Sistema de partidos	61
3.3. Sistema electoral	66
IV. Configuración de Quintana Roo	73
4.1. Un estado joven	73
4.2. Características de la población	78
4.3. Grupos políticos	81
4.4. Sistema electoral	89
4.5. Estado de los medios de comunicación	93
V. Campañas electorales en Quintana Roo en 2010	96
5.1. Contexto del proceso	96
5.2. La contienda electoral	98
5.3. Publicidad electoral	106
5.4. Los medios en la contienda	110
5.5. Percepción ciudadana a través de sondeos y encuestas	111
Conclusiones: la realidad nacional vs. la local	114
Bibliografía	117
Hemerografía	121
Fuentes electrónicas	123
Anexos	124
Anexo I: Gobernadores de Quintana Roo de la época contemporánea	124
Anexo II: Familias político-económicas de Quintana Roo	125
Anexo III: Entrevista realizada a la periodista Tania Vargas Perea	128

Comunicación política en las campañas electorales de Quintana Roo: Análisis del proceso para la elección de gobernador de 2010

Introducción

Los tiempos electorales son espacios relevantes dentro de la dinámica social y política de toda nación debido a que revisten una enorme carga legal y simbólica dentro del proceso de sustitución de representantes de la ciudadanía en los distintos órganos del Estado. Se vinculan, además, con el fortalecimiento del sistema de gobierno democrático y permiten conocer el grado de participación y cultura política de la población.

En el caso específico de México, los momentos electorales adquirieron mayor notoriedad a partir de 1988, pues hasta entonces se percibían como meros trámites que cumplían con el requisito constitucional de celebrar elecciones periódicas pero que contrariaban el postulado de “no reelección” que dio inicio al movimiento revolucionario de 1910 debido a que implicaban una sucesión del modelo de gobierno por parte del partido en el poder a través de un cambio aparente de la figura presidencial.

Los momentos electorales son espacios reducidos de tiempo que revisten características muy específicas, e incluso irrepetibles, por lo que su análisis es fundamental para el entendimiento de la interrelación existente de los actores involucrados en el espacio público, debido a la visibilidad que éstos adquieren y a la puesta en escena que hacen de sus características, fortalezas y debilidades.

Si bien es cierto que la participación de la ciudadanía ha estado muy limitada en los procesos electorales, lo cual se refleja en los altos niveles de abstencionismo, podemos decir que la cultura política de la población ha ido incrementándose de manera gradual, permitiéndole encontrar nuevas formas de involucramiento en los asuntos políticos y no limitarse exclusivamente a la emisión del voto.

Este aspecto es fundamental en el fortalecimiento del régimen democrático, pues al ser éste el ideal al que aspiran la mayoría de los gobiernos en la actualidad, requiere del

establecimiento previo de ejes conductores de todos sus actores, siendo la ciudadanía y su ejercicio la base de este sistema.

Otro aspecto importante de analizar en cuanto a los momentos electorales son las reglas que se establecen para su funcionamiento, las que se modifican en función de situaciones multifactoriales, y lo interesante desde el punto de vista analítico es precisamente determinar cuáles son esos puntos de injerencia que afectan a todo el sistema a partir de las reformas electorales, y por ende, a su propio gobierno. Cabe mencionar que a este respecto y tomando en cuenta las características del sistema presidencial en México, la reglamentación electoral actual ha retomado elementos que permiten dar legitimidad a la elección y certidumbre a los resultados, pero dista aún de las disposiciones más progresistas de legislaciones electorales en otros países de América Latina.

En México el financiamiento para el funcionamiento del sistema electoral proviene casi en su totalidad del erario público y el continuo aumento de los montos destinados a este rubro también es un elemento destacado para analizarse más detenidamente. Sin embargo, el manejo que de estos recursos se hace por parte de los órganos electorales y los partidos políticos no se han transparentado de manera completa, con lo que se limitan otros aspectos del sistema democrático: la rendición de cuentas y el acceso a la información.

Desde el punto de vista de un sistema democrático todos los elementos mencionados son importantes para su concreción; sin embargo, notamos como la realidad mexicana muestra un enorme distanciamiento entre la forma y el fondo de éstos. Formalmente se realizan comicios electorales de manera periódica, pero en el fondo éstos aún se ven permeados por prácticas fraudulentas e inequidad en el trato de los medios de comunicación a los distintos partidos políticos. Son precisamente estas instituciones las que han tomado el control del espacio público, y a través del manejo de su imagen en los medios determinan la agenda a partir de la que se deben tratar los asuntos de interés nacional.

Es así que, si bien en el campo de las ciencias sociales se han realizado estudios de momentos electorales desde distintas posturas teóricas, el tema no se ha agotado debido a que las características contextuales cambiantes influyen en la concepción general de los

procesos, de los actores y de sus alcances. Además, los trabajos realizados a este respecto adquieren importancia en dos ámbitos, por un lado, contribuyen a una mejor comprensión de la situación en que se relacionan los actores involucrados.

Ahora bien, en torno a la disciplina de la comunicación política, tenemos que es importante establecer su ámbito de acción y determinar los elementos que de ésta se pretenden observar. El énfasis se ha puesto en el uso que de ella se hace en los momentos electorales, destacando sus distintas manifestaciones a partir de las necesidades de los actores que las emplean.

Aunado a ello, el reconocimiento del desarrollo que esta disciplina ha tenido específicamente en México es fundamental para el establecimiento de supuestos teóricos que se puedan aplicar al estudio de las condiciones específicas del país, con lo que además se contribuye al fortalecimiento de su condición de independencia que la relacionan tanto con la política como con la comunicación, pero con características específicas.

El caso del análisis que se realiza en esta investigación se centra en las elecciones llevadas a cabo en el estado de Quintana Roo en 2010 debido a que son el último referente electoral en esa localidad. Para lograr una mejor comprensión de la situación actual del estado en torno a la comunicación política utilizada en momentos electorales se realiza en primera instancia un recuento histórico de la constitución del territorio como parte de la federación. Posteriormente se proporciona una descripción de las características de cada uno de los actores que participan en el espacio público, para ubicarlos posteriormente en el desempeño específico que tuvieron durante los comicios locales del mencionado año.

La importancia que revisten los comicios que se llevaron a cabo en el año 2010 en varios estados del país se centra en la posibilidad de tomarlos como referencia para el proceso federal de 2012 por varias razones: permiten verificar la aplicación y funcionamiento de las reformas electorales de 2007 y 2008; muestran la tendencia de participación ciudadana y el desempeño de los partidos políticos en la contienda; y, sientan las bases de las estrategias publicitarias que se utilizarán en las campañas electorales.

Por otro lado, este momento coyuntural ofrece un antecedente inmediato de las condiciones en que se da la interacción entre los actores sociales de cara a los comicios federales de 2012, con lo que se podrá, en futuras oportunidades, realizar un seguimiento del desarrollo o modificación de las características de cada uno de éstos.

En este sentido, cabe precisar que aunque la relación que se pueda dar entre los procesos de ambos años es relevante dentro del campo de estudio de la comunicación política, el presente trabajo se enfoca específicamente al estudio del caso de los comicios en Quintana Roo en 2010. Las dificultades que se encontraron para ello no fueron pocas, pues además de la falta de información sobre el tema que aquí planteamos, se enfrentó el problema de vincular la información económica y política de los grupos políticos dominantes en la entidad a partir de la información recopilada en campo.

Por otro lado, la información consultada en los medios locales demuestra la postura de éstos, particularmente en un momento tan decisivo en el proceso de cambio de representantes de la ciudadanía. Es por ello que la identificación del papel que jugó la publicidad electoral en el proceso es relevante para configurar un panorama generalizado de las condiciones en que se desarrollan las contiendas electorales.

Así, la presente investigación se enfoca en el análisis de la comunicación política en el desarrollo del proceso electoral para la elección de gobernador llevado a cabo en el estado de Quintana Roo en el año 2010 con el objetivo de identificar las particularidades de la forma en que se desarrollan las campañas electorales en el estado de Quintana Roo, lo que nos puede ayudar a comprender más claramente la dinámica electoral actual del país y la función que desempeña la comunicación política en las campañas electorales. La intención también es contribuir al campo de estudio de la comunicación política en México con estudios locales que permitan conocer la forma en que se relacionan los actores que intervienen en estos procesos, pues aún hay una gran carencia de información a este respecto. Asimismo, se intentará describir el tipo de publicidad electoral empleada por los contendientes en esta elección, proceso que al ser detallado puede servir como punto de partida para futuros análisis de estos momentos tan importantes en la vida de todo sistema democrático.

Para lograr dichos objetivos, el presente trabajo se basa en la información relativa al tema en medios bibliográficos y hemerográficos; en datos obtenidos de los medios impresos locales (El Quintanarroense y Quequi) y radiofónicos (Cancún Radio, Enfoque Radio, Radio Fórmula y Radio Turquesa) en torno al desarrollo de las campañas electorales, cuyo seguimiento se realizó de marzo a julio de 2010; en entrevistas realizadas a periodistas locales y a gente que tuvo relación con el proceso desde distintos ámbitos; en observaciones realizadas el día de la jornada electoral; además, la descripción de un ejemplo de publicidad electoral de cada candidato a la gubernatura de Quintana Roo en el año 2010.

La hipótesis de esta investigación es la siguiente: la dinámica de la localidad influye en el desarrollo de las campañas electorales, lo que por un lado, demerita el papel de la publicidad electoral y por otro, crea desapego de la ciudadanía. Además, esta situación propicia una débil participación en asuntos políticos y marca una gran diferencia frente a las campañas electorales del centro del país.

El trabajo se ha dividido en cinco capítulos: el primero presenta un contexto del sistema democrático mexicano y sus características, donde se sientan las bases conceptuales de los procesos electorales para contar con elementos que permitan posteriormente entender su desarrollo. El segundo capítulo establece el marco teórico de la investigación, para lo cual se realiza un recuento de los elementos que integran el campo de la comunicación política y se explica la teoría que se utilizará para encuadrar el posterior estudio de caso.

En el siguiente capítulo se presenta un panorama del desarrollo de la comunicación política específicamente en México, donde se realiza un balance de la situación actual de los actores involucrados y se destacan algunas propuestas teóricas con las que investigadores e investigadoras mexicanas han contribuido a la ampliación de este campo en el país. El capítulo cuatro se ha enfocado en presentar la configuración del estado de Quintana Roo para comprender su situación actual y la forma en que se relaciona con el centro del país. Finalmente, el quinto capítulo es el referente al estudio de caso de las campañas a gobernador llevadas a cabo en 2010 en este estado, donde se analiza en el papel que jugaron los actores que participaron en el proceso electoral.

I. Campo de estudio de la comunicación política

1.1. Conformación de la disciplina

En la actualidad, escuchamos constantemente la denominación “comunicación política”, sin embargo, el uso generalizado que de ella se hace parece simplificar una disciplina cuyo nombre es de relativamente reciente acuñación y que, además, está en continua transformación debido al tipo de fenómenos que la competen. Por esta razón, me parece importante tratar de clarificar el concepto, o al menos determinar qué implica el hablar de comunicación política.

Tenemos pues, que el término relaciona dos lógicas distintas, la “comunicación” y la “política” que, por sí mismas, constituyen campos específicos dentro de las ciencias sociales con objetos de estudio bien definidos, pero cuya relación directa produce confusión en cuanto a sus fronteras de análisis y de sus contenidos.

El acercamiento de ambas lógicas no es un fenómeno nuevo, pues el principio de esta relación ya estaba presente en la retórica de los Antiguos y en la idea de representación del liberalismo; sin embargo, es con el surgimiento de la democracia moderna, sus instituciones y procesos políticos en primer lugar, y de los medios de comunicación masiva posteriormente, que esta relación adquiere nuevas dimensiones que requieren de un análisis particular.

Un breve análisis sobre el desarrollo de la disciplina que nos ocupa muestra que el inevitable paso del tiempo y el consecuente avance de las sociedades ha transformado la relación entre política y comunicación, y por lo tanto, en los tipos de estudio que sobre ésta se han realizado.

Hasta el siglo XIX, el medio de comunicación más importante era la prensa que cumplía la función de transmitir mensajes al tiempo que emitía propaganda ideológica a favor de uno u

otro grupo político, por lo que este evidente apego al poder propició durante siglos una estrecha relación entre medios y gobierno.

Para finales de los años 50 del siglo XX la relación entre ambas sufrió una gran transformación, propiciada por los cambios del entorno político y social de la época. Uno de estos cambios, tal vez el más importante, fue el establecimiento de la televisión, inicialmente en Estados Unidos, como el medio de comunicación masivo dominante que, al presentar la información sobre política y gobierno de manera decodificada y más personal, se convirtió en la principal fuente de referencia para la sociedad, que a su vez se empezó a familiarizar más con esta nueva forma de acercarse a los temas políticos.

A partir de este hecho, los gobiernos y partidos políticos se preocuparon por transmitir sus ideas y propuestas mediante la publicidad diseñada específicamente para la televisión, con lo que los procesos políticos y la gente dedicada al ejercicio político han cambiado sus prácticas y estrategias para tener presencia pública mediante apariciones o menciones televisivas; hasta entonces los mensajes políticos transmitidos en los medios de comunicación servían solamente como un refuerzo de los discursos públicos de los gobernantes.

Luego de una década de convivencia con los mensajes televisivos, centrados en la imagen más que en la idea, la sociedad comenzó a seleccionar los contenidos a los cuales prefería exponerse. Además, en estos años surge en Estados Unidos la práctica de los debates electorales televisados, por lo que el interés de análisis de los años 60 se enfocó a conocer el impacto específico de la televisión en la audiencia y en los resultados electorales.

Es así que en los años setenta la comunicación política empieza su consolidación con un creciente número de investigaciones destinadas a explicar el papel determinante de los medios electrónicos en la conformación de la sociedad, la forma del discurso que éstos manejan y la discriminación cada vez más activa de mensajes por parte del público.

En la década de los ochenta los estudios realizados en el campo se enfocaron al análisis de la comunicación del gobierno con el electorado, la actualmente denominada comunicación

gubernamental; y en los años noventa el interés se puso en la importancia que adquirirían los medios de comunicación, principalmente la televisión, en el desarrollo de la democracia y en la formación de opinión pública.

Entonces, los estudios de comunicación política más recientes, con plena aceptación por parte del campo académico de la disciplina, dan preponderancia a los periodos electorales e incorporan a la opinión pública como un tercer factor que interviene, con sus propias estrategias comunicativas, en los procesos políticos. En este sentido, el énfasis se ubica en las dinámicas y formas que el poder político, plenamente reconocido en la dicotomía política y comunicación, toma en diversos ámbitos del espacio público (Gingras, 2003).

Ahora bien, esta heterogeneidad en los estudios realizados ha propiciado el surgimiento de diversas concepciones de la comunicación política, las cuales, sin embargo, tienen rasgos en común, y elementos que aparecen constantemente, aunque se utilicen de maneras distintas. Así, se le ha entendido de manera amplia como el papel de la comunicación en el proceso político; como un intercambio de mensajes con consecuencias para el funcionamiento de los sistemas políticos; actividad que es política sólo en ciertas condiciones de conflicto dentro de la conducta humana; o como la comunicación que conlleva efectos sobre el funcionamiento de un estado político (Monzón, 1996).

1.2. Principales modelos y propuestas teóricas

Algunos factores que han dificultado el establecimiento de la comunicación política como disciplina son: la determinación de un objeto de estudio que sea aceptado por el grueso de los investigadores; la enorme cantidad de situaciones en que la relación entre política y comunicación puede estar presente; la necesidad de apoyarse en otras disciplinas (como la ciencia política, la sociología, la antropología, y más recientemente el análisis del discurso) para realizar análisis más claros y precisos; los distintos enfoques a partir de los cuales se han realizados estudios; y las condiciones particulares del país y del fenómeno que se pretende

analizar. Por ello, los estudios que se reconocen dentro del campo de la comunicación política han sido de diversa índole.

Los objetos de estudio recurrentes en las distintas propuestas teóricas que existen en este campo giran en torno a fenómenos que previamente habían sido analizados por otras ramas de conocimiento, pero el cambio en el enfoque que presenta la comunicación política radica en el énfasis puesto en el entorno cambiante de una sociedad como determinante de la relación que se establece entre política y medios; además, parte de la premisa básica de la necesidad de realizar estudios interdisciplinarios para abarcar desde diversos ángulos el análisis de éstos.

Los dos principales elementos que siempre están presentes son la política, entendida como el ejercicio del poder por parte del Estado o el gobierno, y la comunicación, o las técnicas que permiten la difusión de mensajes a una audiencia, que al vincularse dan como resultado una complicada serie de relaciones y fenómenos sociales que son pertinentes para ser analizados por la disciplina de la comunicación política, la cual se concibe en primer término como la participación de la comunicación en el proceso político, pero cuya definición se ha ampliado de acuerdo con el tipo de análisis realizado.

Otro elemento importante siempre presente son los actores, que de acuerdo con Wolton se dividen básicamente en tres: el Estado o gobierno, del cual se desprenden los políticos y los partidos políticos; los medios, donde encontramos a las empresas de comunicación y a los periodistas; y el público o consumidores de noticias, que de manera más organizada se conoce también como opinión pública (Wolton, 1998).

Lo que da lugar a los fenómenos sociales que pretende estudiar la comunicación política son precisamente las distintas interrelaciones de los actores, observables mediante sus intercambios discursivos, las cuales se pueden dar en situaciones conflictivas o pacíficas, y cuya participación en el ámbito público es una de las características fundamentales de los sistemas democráticos.

Los elementos de la comunicación que se analizan pueden presentarse como discursos, mensajes e información, y en ellos se basan las interacciones entre los actores, sus disputas o convergencias; por ello es fundamental reconocer la forma en que dichos elementos se presentan en cada situación que se pretende analizar.

La referencia a los sistemas democráticos y cierta crítica a sus procesos, es un tema recurrente en muchos de los estudios de comunicación política, en los que se da particular importancia a los periodos electorales, momentos en los cuales todos los elementos anteriormente mencionados son más fácilmente identificables.

En este sentido, la observación de las campañas y los procesos electorales tiene como fin conocer su dinámica, los actores que en ellos intervienen, y la recepción que de ellos tienen los votantes, además de la opinión pública que se forma a partir de sus mensajes.

Ahora bien, para entender más claramente la forma en que los objetos anteriormente mencionados se pueden vincular en estudios realizados en el campo de la comunicación política mencionaremos a continuación algunos de los modelos de estudio más estructurados que hasta el momento se han desarrollado y que se pueden aplicar a casos específicos, dependiendo de las necesidades del investigador y de las características del fenómeno a observar.

El primer modelo considerado es el de “La democracia centrada en los medios”, de David L. Swanson, el cual plantea que las instituciones y procedimientos de la política y el gobierno se están adaptando al papel central de los medios de comunicación, por lo que el resultado es el establecimiento de una democracia centrada en los medios. En esta nueva dinámica, los medios se alejan de los lineamientos gubernamentales y los profesionales de la comunicación participan más en los asuntos políticos. Así, los partidos políticos y el gobierno modifican la forma de presentar sus mensajes a los votantes y, por su parte, la ciudadanía se interesan más en el desarrollo de los acontecimientos políticos.

El segundo modelo es el de “La comunicación política”, de Dominique Wolton, que se enfoca al estudio de los intercambios discursivos entre los tres actores que considera tienen

legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, los periodistas y la opinión pública manifestada mediante los sondeos. Así, la comunicación política será el espacio donde se den estos intercambios, fundamentales para el buen funcionamiento de la democracia. Wolton concibe a la comunicación política como un proceso continuo que para ser analizado es conveniente dividir en periodos electorales, ya que éstos cierran un espacio de intercambios discursivos y abren otro.

El siguiente es el modelo de “Influencia de las técnicas de comunicación en la política”, de Anne-Marie Gingras, quien considera que las técnicas de la comunicación han influido en las prácticas políticas, partidarias y parlamentarias, principalmente en las campañas electorales, donde los partidos políticos son los canales de comunicación privilegiados entre las élites políticas y la población. La autora considera que se debe tomar en cuenta el poder vinculado con estas prácticas políticas, pues ellas siempre responden a intereses políticos y económicos, así como sus pretensiones democráticas que alientan o frenan el desarrollo del sistema representativo.

En cuanto al “Modelo de *agenda-setting*”, de Jean Charron, tenemos que son tres los actores que participan en los asuntos públicos: los medios, las fuentes y el público. La agenda se define entonces como la relación causal entre la importancia que asignan los medios a ciertos temas y la percepción que tienen los consumidores de noticias de la importancia de esas cuestiones. De acuerdo con el autor, la influencia en la agenda de los asuntos públicos se mide por la capacidad de un actor de imponer o condicionar cierta definición de la realidad.

Por último consideraremos el modelo de las “Contradicciones de la comunicación política” que el mismo Wolton escribió en 1995, para actualizar el modelo que había propuesto en 1989, donde considera que la comunicación política no ha logrado establecer un equilibrio entre información, comunicación y política. En esta ocasión extiende el análisis al explicar que la debilidad del modelo planteado en un principio radica en el conflicto existente entre la experiencia y la representación de los individuos, debido al alejamiento que éstos observan de los lugares de poder. Además, agrega a la definición de comunicación política la idea que

se debe distinguir de otros fenómenos comunicacionales de la política, como la comunicación pública de Estado, la mediatización política y el *marketing* político.

Notamos dentro de estas perspectivas una estrecha relación entre los temas abordados, lo cual puede ayudarnos a establecer más claramente a la comunicación política como una disciplina con objetivos específicos que se puede diferenciar de otras disciplinas de las ciencias sociales que también estudian fenómenos políticos y comunicativos.

Sin embargo, ningún modelo puede abarcar todos los aspectos de los acontecimientos que surgen en la sociedad; todos ellos son susceptibles de ser confrontados con la realidad cambiante, y en consecuencia modificarse, por lo que no son definitivos, tal como observamos con el modelo de comunicación política de Dominique Wolton, que él mismo revisa y reelabora a partir de las observaciones que realiza en el transcurso de diez años con el fin de que efectivamente proporcione elementos para propiciar estudios dentro de este campo.

Si bien es cierto que todos estos elementos están presentes dentro de la dinámica de la comunicación política, cada enfoque se centra en el análisis de alguno de ellos, por lo que el tipo de acercamiento que se pretenda realizar a un espacio particular se podrá inscribir en uno de estos enfoques.

1.3. Papel de los medios de comunicación

La consolidación de los medios de comunicación modernos radica en su alcance masivo, lo cual sin duda transformó la relación de la sociedad con su entorno, al tiempo que establecía vínculos más estrechos con los grupos de poder. La prensa sigue siendo en la actualidad una vía importante de transmisión de mensajes, en la que podemos observar claras y abiertas posturas ideológicas; sin embargo, ha sido sustituida como la principal fuente de información, inicialmente por la radio y posteriormente por la televisión, e incluso su existencia está en riesgo debido al creciente avance de los medios electrónicos.

El papel que juegan los medios de comunicación modernos, cuyo predominio lo tienen hasta la fecha los medios electrónicos, es central en el desarrollo político de todos los regímenes. Su cada vez más abierta participación en el espacio público, el cual ha sido denominado por varios autores como “espacio público mediatizado”, tiene repercusiones en la sociedad de naturalezas paradójicamente contrarias, pues por un lado puede hacer más visibles los procesos políticos, con lo que contribuye a un fortalecimiento democrático al ampliar la participación de una ciudadanía más informada, pero por otro puede acaparar y manipular la información que transmite, con lo que influyen en los acontecimientos políticos a partir de sus propios intereses coyunturales.

El acercamiento entre ciudadanía, medios de comunicación y política es en la actualidad una realidad incuestionable, los tres actores se complementa y de acuerdo a su acción pueden ejercer un contrapeso hacia otro, pero lo que se pretende ahora es conocer en qué medida los medios influyen en la dinámica social y política y en qué grado se relacionan con el gobierno y los partidos políticos, en épocas electorales o fuera de ellas.

En este sentido, existen diversas teorías que explican el funcionamiento de los medios de comunicación en las sociedades modernas que nos pueden ayudar a entender su papel central en las sociedades modernas, así como la importancia que juegan en los estudios de comunicación política.

La propuesta de la aldea global, a pesar de su distanciamiento temporal y de la contraposición de sus términos, sigue siendo fundamento de muchos estudios sobre el papel de los medios de comunicación masiva y su relación con las sociedades actuales. Destacamos de ella la idea más amplia que presenta a los medios como parte de un sistema informativo que aglutina los pensamientos individuales (aldea) y los vincula para moverlos en un mismo sentido (globalización). (McLuhan, 1996)

La contribución esencial de esta teoría está en la relación que hace de la parte actuante de los medios con la cultura de las sociedades, que gracias a su acción cada vez es más homogénea, lo que propicia un acercamiento entre pueblos distantes geográficamente. Sin embargo, muchas críticas han surgido a este planteamiento, pues se sugiere que esta

unificación de pensamientos no necesariamente se da en términos igualitarios –o democráticos- por lo que el papel de los medios de comunicación sigue estando en la mira a partir de la distribución que hacen de la información. Surge también un distanciamiento hacia la hipótesis de las ventas que produce la globalización cuando se reconoce que los parámetros de conducta surgen a partir de una sociedad en particular, Estados Unidos, erigido como potencia ya no sólo económica y política sino cultural.

Muchas de las tesis de McLuhan han resultado ciertas con la difusión del uso de los medios electrónicos, aun así, se pueden retomar varias de sus propuestas para redimensionarlas a la luz de los acontecimientos actuales, particularmente en torno a la bidireccionalidad de la información.

Por otro lado, la teoría de agenda setting centra su atención en la distribución y jerarquización que realizan los medios de comunicación sobre los temas que en una sociedad determinada deben ser considerados de interés público en un momento específico; además, del control que pueden llegar a ejercer sobre la cantidad y calidad de los datos que de éstos difunden.

Para que esta idea tenga validez es necesario contar con un espacio comunicativo dominado por los medios, es decir, donde la propia sociedad opte por recibir la información a través de éstos y sustituya la discusión directa con otras personas por el tiempo destinado a entrar en contacto con ellos.

El papel que juegan entonces los medios de comunicación masivos en este escenario radica en la posibilidad que tienen de seleccionar, difundir y ocultar las noticias que consideran adecuados de acuerdo a los vínculos que pueden establecer con grupos de poder y sus consecuentes intereses. Es así que pueden surgir en una misma sociedad distintas agendas de información: la agenda de los medios puede coincidir con la agenda pública en función del tiempo que cada tema permanezca en la atención de la sociedad y dependiendo de la respuesta que ésta tenga de los temas a que es expuesta.

El establecimiento de la agenda y su vigencia depende de varios factores: el contexto; el tipo de medio; la credibilidad de éste; el tiempo de exposición de un tema; la repetición de éste en varios medios; la proximidad geográfica de la audiencia; los rasgos psicológicos de ésta, y la posibilidad –real o percibida- de su participación en el diálogo informativo. (Monzón, 1996)

Es por ello que se puede interpretar en esta vertiente que el poder de los medios surge de sus capacidad de convencer a la sociedad sobre las cuestiones que deben ser relevantes.

Otra teoría muy conocida sobre el impacto de los medios, específicamente el de la televisión, es la de la creación del *homo videns*, propuesta por Sartori (2002), quien sugiere que los avances tecnológicos en diversas ramas han propiciado que el individuo dé prioridad a lo que puede ver, a niveles micro o macroscópico, y sin que tenga que esforzarse para lograrlo.

Esta primacía de la imagen ha provocado que la televisión se erija como el medio de comunicación con más adeptos y que, debido a la naturaleza propia de sus contenidos, modifique la relación entre el entender y el ver, transformando así al *homo sapiens*, el ser cuya capacidad de abstracción del mundo real lo hacía superior al resto de los animales, en *homo videns*, el nuevo individuo que aprehende solo lo que puede ver, aunque sean imágenes remotas.

Estas premisas tienen impacto en el ámbito de la la comunicación política, pues a partir de su análisis de los medios se ha podido observar que la televisión puede constituirse como el medio sobresaliente capaz de transformar no sólo la realidad social y política, sino a los propios seres humanos a partir de la dinámica que maneja.

En este sentido, también se han realizado estudios de los momentos de competencia electoral que muestran que los distintos actores políticos, incluyendo los gubernamentales, intentan capitalizar el papel central de la televisión para ganar adeptos o para validar sus acciones.

En el terreno de la política, Sartori plantea que debido a la gran influencia de la televisión en todos los ámbitos de la vida de las personas, ésta se ha convertido en la “videopolítica”,

donde la idea de ser y hacer política depende de la imagen que de éstas se transmite en la televisión, así como de la imagen que proyectan quienes se dedican a esta actividad.

Pese a la idea difundida de que las imágenes son mejores porque muestran la realidad tal cual es, la televisión ha tenido la sagacidad de manipularla al descontextualizar las imágenes que presenta, hecho que es cada vez más difícil de identificar por la audiencia debido a que al enfocarse sólo en la imagen se pierde la capacidad de abstracción para detectar lo cierto de lo falso y para afrontar los problemas de manera racional.

La implantación de la televisión como la máxima autoridad en asuntos públicos de diversa índole hace que haya una imprecisión entre los asuntos relevantes y los que, sólo por su presencia en la televisión, parecen serlo. Así, la conclusión del autor sobre esta superioridad de la televisión que provoca seres cada vez más ignorantes no es alentadora, y por cierto más bien aterradora en función de las posibilidades incluso más avasalladoras del internet.

Siguiendo en esa misma línea está también el modelo de democracia basada en los medios de Swanson, que sugiere que cuando un gobierno utiliza los medios para difundir sus actividades propicia una expectativa más grande de la población sobre su quehacer, pero este hecho es, de acuerdo con este autor, saludable para el tránsito a una democracia cada vez más incluyente y moderna donde haya una verdadera participación por parte de la ciudadanía. (Swanson, 1990)

Sin embargo, debemos reconocer que los medios de comunicación tienen un marcado interés en elegir aquellos sucesos que transmitirá a su audiencia. La determinación de dicha elección se puede ubicar en tres ámbitos diferenciados: el individual, donde la decisión corresponde directamente al periodista; el profesional, que se espera responda a las bases éticas de la propia profesión; el institucional, que se refiere a las metas y control del medio en cuestión; y finalmente el social, relacionado con la cultura política del país donde el medio tiene su campo de acción.

Este acomodo que hacen los medios de las noticias que consideran relevantes puede tener un impacto directo en la audiencia, quienes obtienen en gran medida información de la

televisión, y al no tener un punto de referencia para constatarla, suelen formular sus conclusiones de los hechos de su país a partir de las crónicas realizadas y procesadas previamente por los medios consultados.

El efecto que puede tener este cercado de información en la audiencia es variado, dependiendo del grado de información que ya posea sobre el suceso o la alternancia que haga de los medios que consulta. Sin embargo, no se puede negar cierto grado de influencia en la sociedad, que puede ser de una mera generación de ideas; de una revaloración de los temas coyunturales, o incluso de una modificación de actitudes o comportamientos. La determinación del grado de influencia no puede ser tomado a la ligera y para su correcta estimación requeriríamos realizar estudios interdisciplinarios que permitan abarcar desde otras perspectivas este fenómeno complejo.

Si bien la hegemonía de los medios electrónicos permanece vigente en la dinámica actual del espacio público, en periodo electoral o no, podemos observar algunos cambios, como los señalados por Habermas en su propuesta de análisis de la difusión de mensajes de “grupos periféricos” que modifican los paradigmas existentes de la dinámica entre los actores sociales en función del envío y recepción de información (Habermas, 2002). En la actualidad dicho intercambio se da en la esfera de acción de las redes sociales y su creciente alcance, que en la población mexicana llega en la actualidad de acuerdo con cifras de la Asociación Mexicana de Internet a 40.6 millones de usuarios (AMIPCI, 17/04/2012), podría modificar sensiblemente el papel de los medios de comunicación y, por ende, la estructura del espacio público.

Más allá del casi intocable poder que se confiere a los medios de comunicación, su legitimidad es más vulnerable que la de los otros actores que participan en el espacio público, de acuerdo a la propuesta de Wolton, y su actuación está siempre en función de cualquiera de ellos.

Apoyándonos en la idea de la contribución de los medios a la ampliación de un sistema democrático, podemos concluir que el papel que éstos juegan seguirá siendo relevante en la vida de cualquier sociedad en tanto tengan la posibilidad de establecer una relación más

directa con la ciudadanía, cada vez más pendiente de los acontecimientos políticos, pues su labor puede ir en ambos sentidos, del poder hacia la sociedad y de la sociedad hacia las decisiones gubernamentales.

1.4. Importancia del discurso

Una parte fundamental del estudio que realiza la comunicación política en torno a las campañas electorales es la difusión que realizan los candidatos de sus propuestas, puntos de vista, metas, e incluso desacuerdos, lo que hace a través del análisis del discurso.

Mediante un análisis de los discursos de los candidatos podemos conocer, más allá de lo que ellos mismos dicen, sus posturas frente a ciertas situaciones o problemas, sus intenciones y hasta sus pasiones, para lo cual se requiere tener conocimiento del contexto en el que se enuncia el discurso. Así, para lograr un mejor entendimiento del proceso electoral, es necesario recurrir al análisis de los discursos y poner especial atención en el hecho de si éstos se transforman, o no, a lo largo del periodo electoral.

Tradicionalmente, los actores políticos tienen el derecho de emitir discursos debido a que se supone poseen la capacidad de resolver problemas y mediar en conflictos, esto es, “están dotados de un ‘saber hacer’ que les consiente (...) alcanzar sus objetivos anticipando en el texto los resultados previstos”, (Fabbri y Marcarino, 2001).

Sin embargo, en su afán por ganar adeptos y lograr ser reconocidos por la ciudadanía, los actores políticos muchas veces dan mayor importancia a la parte de expresar sus puntos de vista y dejan de lado el deber que tienen de dar a conocer sus propuestas, estrategias de acción y capacidades para lograr los objetivos que se proponen.

La mayor facilidad con que actualmente acceden los actores a espacios públicos, particularmente en medios de comunicación electrónicos, nos brinda un gran número de oportunidades para poder analizar el discurso que emiten, así como la posibilidad de contrastar la forma en que se transforman sus propuestas, dependiendo del momento

político, y en un análisis posterior, la forma en que son percibidos por el público que los ve y escucha.

En este sentido, debemos diferenciar entre los discursos que el actor da como tales, cuando se posa frente a una audiencia en un acto público o de campaña, y las declaraciones que hace en relación a algún tema –particularmente cuando es interpelado por periodistas– o las afirmaciones que hace durante sus apariciones en spots como parte de su propaganda política o electoral. En estos dos últimos casos, aunque el actor político no se los proponga, también está emitiendo un discurso, y por ende éste también es susceptible de ser analizado.

Ahora bien, dentro de un sistema democrático, la importancia que adquieren los discursos tiene que ver con el derecho de expresión, la pluralidad y la tolerancia; aunado a la diversidad de opciones que actualmente se pueden encontrar durante los periodos electorales, donde el discurso es fundamental para que los votantes elijan a tal o cual candidato. Así, los candidatos hacen uso de diversas estrategias mediante las cuales puedan hacerse una imagen más atractiva con el fin de conseguir más votantes.

A pesar de los cambios que en el ámbito de la libre expresión de ideas podemos observar actualmente en nuestro país, en comparación con sexenios anteriores, la enorme cantidad de apariciones que hacían los candidatos en medios de comunicación –hasta antes de la reforma electoral de 2007-, ya sea en nombre propio fuera de los tiempos de campañas electorales o como abanderados de algún partido político dentro de las mismas, repercutía negativamente en la imagen del candidato al saturar de mensajes inútiles a la audiencia, e incluso se podría llegar a percibir un desgaste de las instituciones partidarias y electorales.

Actualmente la batalla mediática electoral se desarrolla en los medios electrónicos, donde los candidatos lanzan mensajes de manera indiscriminada en las redes sociales, pues en los electrónicos la mencionada reforma de 2007 estableció que los partidos políticos no pueden, en ningún momento, contratar o adquirir, a nombre propio o de terceras personas, tiempos en radio ni televisión, y el acceso que tengan a éstos será solamente en los tiempos que el Estado dispone y cuya distribución es hecha por el IFE. En este ámbito la audiencia se vuelve

más activa y puede contestar los mensajes que considera contradictorios o incongruentes, creando nuevos sentidos e incluso obligando a los actores políticos a cambiar sus discursos.

El formato que cada actor da a su discurso tiene que ver con su función de informar o convencer a la audiencia, aunque en ambos casos el contenido del discurso incluirá un mensaje, un sujeto que enuncia y un sujeto destinatario del mensaje. El contenido de los mensajes se construye a partir de las propuestas del actor, y debe ser congruente con la ideología que éste ha manejado, con sus acciones y con la imagen que de sí mismo ha elaborado.

La construcción de los mensajes debe ser clara y coherente, de tal forma que no se pierdan de vista al estar integrados en el cuerpo total del discurso, y que puedan ser reconocidos fácilmente tanto por la audiencia como por los demás actores políticos que estén al tanto del discurso.

En este sentido, de acuerdo con Jorge Lozano, el discurso es una construcción que hace el sujeto de sí mismo y del mundo, a partir de una "relación dialógica locutor/interlocutor" (Lozano, 1998). Por esta razón, en el discurso es muy común encontrar referencias a otros actores, y aunque no se encuentren de manera directa, el discurso es un ejercicio de comunicación que tiene siempre en cuenta "al otro" que escucha o que puede interpelar; por ello, la potencia que se imprima al discurso se define en relación a los adversarios.

De este modo, el reflejo que se hace de la realidad en el discurso también dependerá de la postura del actor que lo emite, aunque la relación del discurso con su entorno real no es directa y tiene un gran referente histórico. A partir de esta construcción de la realidad también se erige un grado de verdad, el cual es disputado por todos los actores que intervienen en un espacio público determinado, y el cual se presenta como un elemento que debe ser aceptado por todos los demás.

La principal estrategia que observamos en los discursos políticos es la exaltación que se hace del sujeto enunciador, ya sea en forma directa cuando dice "yo" y asume toda la responsabilidad del enunciado, o indirecta cuando habla en primera persona, aunque de

manera impersonal, por ejemplo utilizando frases hechas como: "Quisiera decir..." o "Me gustaría resaltar..."; de sus atributos y sus logros en el campo en que se ha desempeñado.

Por otro lado, el sujeto que emite el discurso, suele hacer en él una anticipación de los resultados que espera, y asegura, lograr, con lo cual vuelve a reafirmar el elemento de verdad que mencionamos anteriormente, y con lo cual espera ganar reconocimiento por parte de la audiencia, y de ser el caso, ganar más votos. Pero este es precisamente uno de los mayores problemas que observamos en la congruencia de los discursos que se emiten durante periodos electorales y las acciones que se implementan una vez que dichos periodos han concluido, pues esta intención de ganar votos mediante la anticipación de resultados que muchas de las veces no se logran, se contrasta con la realidad de su incumplimiento, dando pie a la insatisfacción por parte de los ciudadanos, y a la transformación del discurso del actor que anteriormente era candidato y ahora es funcionario, quien en este momento deberá hacer una reestructuración del discurso que mantendrá adecuando a la nueva realidad observada.

El análisis de un discurso político, además de retomar elementos semióticos y sociolingüísticos, puede realizarse mediante la lectura cuidadosa del texto con el fin de desentrañar los elementos que nos permitan reflexionar sobre las acciones de determinado actor, su relación con otros actores, su desempeño público, su relación con la ciudadanía, su papel en la vida pública, e incluso identificar las mentiras y generalizaciones exageradas y detectar irregularidades del pensamiento lógico y del sentido común.

Una vez detectados estos elementos se puede realizar un diagnóstico de la función del actor en un escenario determinado, así como su pertinencia para el desarrollo político del país y su contribución, o no, para el fortalecimiento del sistema democrático.

El reto que actualmente enfrentan los candidatos a algún puesto de elección popular se ve acrecentado con la difusión de sus mensajes a través de los nuevos medios electrónicos, que los obligan a una mayor construcción discursiva, que puede modificarse o reestructurarse a partir de la percepción que de ella tiene su audiencia. En este sentido, el análisis del discurso en los periodos electorales debe contemplar también la difusión mediática que logran los

candidatos, así como la retroalimentación que realizan los usuarios de estos medios electrónicos.

1.5. La opinión pública

Otro de los objetos de estudio fundamentales en el campo de la comunicación política es la opinión pública, cuya definición se ha modificado a la par que lo hacen las sociedades y su participación política. La idea inicial de que la opinión pública es resultado de la intención que el emisor de los mensajes políticos tiene para modificar o controlar a su audiencia está prácticamente superada. En la actualidad la conformación de la opinión pública responde a factores más extensos que implican condiciones complejas de la sociedad en la que surge.

Actualmente, en la esfera política, lo que persiste es una concepción de la opinión pública como la respuesta, de un grupo o toda una sociedad, a los mensajes que reciben desde el gobierno, desde un partido político o un candidato en específico. Aunque esta concepción es adecuada para cierto tipo de análisis, en realidad se debe entender primero la conformación de la propia opinión del grupo para posteriormente analizar su filiación a ciertas ideas o tendencias.

La opinión pública, entendida como la personificación de una colectividad, difusa o anónima, es una percepción común cuando se le asocia con sujetos como “el pueblo” o “la sociedad”; sin embargo, ésta es limitativa en el sentido que le confiere un pensamiento que se mueve al unísono a partir de un bagaje de creencias socialmente transmitidas pero que no toma en cuenta que en realidad lo que la conforma son grupos específicos que piensan de determinada manera en distintos momentos. (Allport, 2009)

Es así, que al realizar el análisis de la opinión pública como un sujeto impreciso que reúne a varias personas se pueden cometer dos errores: por un lado, considerarla como una totalidad pero sin identificar las particularidades y divergencias de ideas que pueden existir en su interior; y por otro, si sólo se toma en cuenta una inclusión parcial de pensamientos se

podrían omitir aquellos momentos específicos en que los individuos están completamente de acuerdo.

En cuanto a la visión de la opinión pública como el resultado de la discusión de las posturas del grupo también se pueden encontrar ciertos obstáculos para el análisis, pues la idea de que la conclusión a la que se llega es la mejor opción frente al tema en cuestión no siempre es correcta. Generalmente esta situación se puede analizar mejor cuando la coyuntura ya ha pasado y se puede comparar esta postura frente a la de los demás actores involucrados en esa situación.

En general, el análisis de la conformación de la opinión pública debe hacerse tomando en cuenta no solo las ideas que manifiesta, su relevancia en el momento específico y su contraposición a otros grupos, sino la complejidad de quienes la integran, esto debido a que el contacto directo entre sujetos con diferencias ideológicas, académicas, axiológicas y hasta de procedencia, es difícil y no siempre se logra en términos adecuados para el lograr el consenso.

El canal a través del que se manifiesta la opinión pública es fundamental, pues ello también determinará su posibilidad de inclusión de más individuos y la presencia que logren en el espacio público; en este sentido, no tiene el mismo impacto la exposición de las ideas a partir de un líder de opinión que mediante encuestas y sondeos o que en la difusión directa a través de distintos medios de comunicación.

Ahora bien, para entender la dinámica de formación de opinión pública, su función en el espacio público y el papel que ésta ha jugado en el desarrollo del campo de la comunicación política es necesario conocer los temas que con ella se relacionan, específicamente vinculados al ámbito político.

De acuerdo con Nimo y Sanders, son siete los temas fundamentales ligados a la opinión pública: el análisis retórico; el análisis de la propaganda; los estudios sobre cambio de actitudes; los estudios electorales; las relaciones entre gobierno y medios; el análisis funcional y sistémico; y, los avances en las tecnologías de la información. (Monzón, 1996)

Cada uno de ellos ha tenido un desarrollo propio y distintas aproximaciones analíticas y se han ido complementando de acuerdo a los cambios sociales observados a nivel mundial por otros teóricos de la comunicación política, como la propuesta realizada por Swanson, quien pone en el centro de la opinión pública a la persuasión lograda por la relación observada entre la televisión –como el medio predominante en las sociedades modernas- y la imagen de los líderes o candidatos políticos (Muñoz-Alonso, 1996).

Retomando la propuesta de Wolton de considerar en su modelo de comunicación política a la opinión pública como actor fundamental en el espacio público, específicamente a través de su manifestación en encuestas o sondeos, explicaremos ahora de qué manera se da este proceso.

Algunas de las técnicas que se pueden aplicar para conocer la opinión pública sobre un tema son: las entrevistas estructuradas, el análisis de contenido de las plataformas políticas, las encuestas y los sondeos. Aunque la información que de ellas se obtenga da indicadores de la percepción sobre un tema, sus posibilidades de precisión para el análisis no son totales.

Específicamente hablando de las encuestas y los sondeos, podemos puntualizar que estos instrumentos pretende recolectar información para brindar datos estadísticos del asunto sobre el cual investigan. Para ello deben aplicarse a una muestra representativa de personas para tener validez, deben enfocarse en el tema que en ese momento es de interés público y deben evitar los sesgos en la formulación de las preguntas para no conducir las respuestas hacia un resultado en particular. Al respecto, Bourdieu realizó una crítica a la posibilidad de determinar la opinión pública solamente a partir de las encuestas, pues explica que éstas llegan a plantearse en situaciones artificiales que obligan a las personas a responder sobre situaciones que no habían siquiera considerado y que por lo tanto los resultados a favor o en contra sobre una temática son meras cuantificaciones probalísticas. (Bourdieu, 2000)

En respuesta a esta percepción negativa podemos afirmar que la razón por la que ha habido, desde la primera mitad del Siglo XX, una abundancia de sondeos y encuestas para conocer la opinión pública se debe en gran medida a la postura ideológica de un sistema democrático

inclusivo, participativo e incluyente, que supone que cualquier persona puede responder a ellos de manera libre y abierta, pero sobre todo, que la información que arrojen será tomada en cuenta para la concreción de políticas públicas o que corresponderá con los resultados de alguna contienda electoral. Aunque en realidad los resultados de las encuestas o sondeos pueden tener interpretaciones diferentes, lo cierto es que propician el diálogo de los temas relevantes en una ciudadanía más informada.

1.6. Uso del marketing

En los sistemas democráticos donde los procesos electorales tienen un gran peso, las campañas que realizan los actores políticos para convencer al electorado de su propuesta, y en consecuencia ganar los puestos gubernamentales, han sido modificadas por varias técnicas que combinan la comunicación con el mercadeo, o *marketing*, para hacerlas más atractivas y conseguir así su cometido.

Esta comercialización de la política ha sido posible gracias al anteriormente mencionado papel de los medios en esos regímenes, y aunque por un lado hacen más “visibles” las propuestas políticas de los candidatos a algún puesto público, por otro propician un encarecimiento de las campañas electorales debido a que se destinan cada vez más recursos a la manipulación del electorado a través de los medios.

La introducción de diversas técnicas de comercialización a las campañas electorales tiene un puesto importante en el análisis de la comunicación política, pues se intenta conocer cómo su desarrollo influye en la relación que se da entre la opinión pública y la política, y así como el puesto en el que sitúan a los medios que las difunden.

Dentro de las sociedades con rasgos más democráticos, con medios de comunicación fuertes, y más específicamente con una televisión dominante, las campañas electorales tuvieron que acercarse a las técnicas de la comunicación para hacer más accesibles y dinámicos sus mensajes y captar así a un mayor número de electores. Incluso surgieron nuevas técnicas y formas de hacer campañas provenientes de otros campos, como la

publicidad y la administración, que siguen desarrollándose y cuyo uso está completamente difundido hoy en día.

Este auge del uso de técnicas comunicativas y publicitarias dentro de las campañas electorales también ha transformado el papel de los partidos políticos dentro de la dinámica social, pues podemos apreciar como en la actualidad el peso de las candidaturas durante los periodos electorales está puesto en los candidatos, y ya no en los partidos, y las técnicas comunicativas están enfocadas a resaltar su imagen antes que sus propuestas políticas.

La recepción de esta nueva forma de campañas, sin embargo, ha tenido consecuencias negativas, pues a pesar de que su difusión alcanza audiencias más amplias, el mayor efecto que se aprecia es el de una banalización de lo político, pues el candidato se ha convertido en un producto más que está a disposición del público para ser consumido, o para ser relegado por otro candidato que presente una oferta más atractiva. Podemos decir así que existe a partir de esta adaptación poca elaboración del discurso y más preocupación por la imagen y la constante aparición en el medio.

Dentro de esta nueva dinámica político-electoral existen herramientas, utilizadas por primera vez en campañas estadounidenses a mediados del Siglo XX, fundamentales que se aplican para hacer más efectiva la comunicación de los mensajes de las campañas, y otras destinadas a realizar un análisis de la recepción que se tiene de éstos, con el fin de modificar las estrategias de ser necesario.

En el primer grupo encontramos los *spots*, televisivos o radiofónicos, herederos directos de las técnicas de mercadeo publicitario, que en 30 segundos o menos exponen al candidato en cuestión, ya sea en concentraciones multitudinarias rodeados de gente común o hablando de su carrera política, de su integridad como seres humanos, de su postura ante la situación política existente o de sus propuestas para mejorar las condiciones de vida de sus espectadores; incluso, pueden aparecer descalificando a sus contrincantes, de manera directa o indirecta, ganar adeptos.

Para la preparación de una campaña electoral se ponen en funcionamiento discusiones estratégicas y se definen reglas de posicionamiento del producto en un contexto particular. Entonces, el objetivo primordial de los *spots*, o fragmentos, es el de optimizar las posibilidades de obtener el efecto buscado, que en este caso es la mayor captación de votos a favor de un candidato. Asimismo, buscan la forma de llamar la atención, sorprender y/o despertar un interés, para lo cual la forma de transmitir el mensaje será fundamental.

Tenemos entonces que el uso tan difundido del *spot* electoral lo convierte en “el nuevo instrumento electoral que desplaza ideas, programas, mítines” y que es además muy rentable debido a la gran exposición que tiene el electorado a los medios electrónicos.

Por otro lado, el discurso político también se ha modificado para adaptarse a los términos de una “buena televisión”, por lo que ahora podemos observar manifestaciones sencillas, personales y reducidas a unas cuantas frases memorables que puedan ser fácilmente retomadas para su repetición en los noticiarios. La escenificación de los discursos entonces partirá del uso de recursos como imágenes dramáticas, música apremiante y la manipulación de la opinión subjetiva.

En cuanto a las herramientas para analizar la recepción de los mensajes tenemos los ya mencionados sondeos y encuestas. Sin embargo, a nivel de campaña electoral, la función de éstos es la de identificar grupos específicos de electores para diseñar mensajes que directamente los atraigan, por lo muchas veces su diseño corresponde a una intención política particular.

Otra práctica común en el desarrollo actual de las campañas, igualmente proveniente de otras experiencias, como la estadounidense y las europeas (Muñoz-Alonso, 1996) es el debate, tal vez el rito más significativo de las campañas electorales, que se han convertido en un requisito dentro de las sociedades democráticas. Pero esta práctica tiene más la función de resaltar la imagen de los candidatos y su habilidad para lidiar con sus opositores, que la de presentar y discutir sus respectivas propuestas, razón por la cual los debates se televisan y a su término se decretan “ganadores” y “perdedores”.

Todas estas prácticas y técnicas son diseñadas e implementadas por los especialistas en *marketing* político y electoral, el cual surgió precisamente como resultado de este estrecho vínculo entre las técnicas de la comunicación y las de mercadeo, así como por la creciente difusión de los mensajes en los medios electrónicos.

La difusión y aceptación de estos métodos también ha resultado en un detrimento de la exposición de las ideas y propuestas por parte de los candidatos y partidos, quienes muchas veces centran la contienda electoral al ámbito exclusivo de los puntos porcentuales en las encuestas o sondeos y a partir de ellos toman sus decisiones.

Así como la tecnología, las herramientas y la relación entre los actores están en constante cambio, por lo que la comunicación política tiene un campo inagotable de acontecimientos por analizar. (Razgado, 2003) Podemos, sin embargo, identificar cuatro grandes enfoques de análisis dentro de la comunicación política contemporánea, aplicables a periodos electorales: de influencia, atención a los efectos de las actividades comunicativas en el funcionamiento de los sistemas políticos; de contenido, identificación de los contenidos de los mensajes; de persuasión, reconocimiento de las técnicas y procedimientos para influir en los ciudadanos como parte fundamental de la comunicación política, por ejemplo, el *marketing* político; y de actores, reconocimiento de la interrelación de los actores que dan vida a la comunicación política.

Hablando en términos de representatividad, los partidos de ideologías de derecha o izquierda han hecho esfuerzos similares para incluir a la mercadotecnia política en sus bases de acción, con lo que reducen sus programas y los reemplazan con la personalización de alguno de sus miembros, por lo que cualquiera de estos enfoques que se elija para realizar el análisis en el ámbito de la comunicación política contribuirá a seguir ampliando esta disciplina.

Por último, podemos mencionar que pese al gran auge del uso del *marketing* en la comunicación electoral y gubernamental, su legitimidad aún es endeble porque se relaciona con una cuestión ética de la "venta" de ideas o de personas, que se basan más en la imagen y en la dinámica comunicativa que en el fondo de las propuestas políticas.

II. La comunicación política en México

Analizaremos a continuación el desarrollo que la comunicación política ha tenido en México y veremos cómo este tránsito se ha diferenciado del que ha recorrido en otros países debido a que cada realidad nacional implica un contexto económico, político y social diferenciado, que a su vez se refleja en las características específicas de la relación entre sus actores.

Como se mencionó en el capítulo anterior, el modelo de comunicación política utilizado para realizar el presente análisis es el propuesto por Wolton (1996) donde se considera a tres actores que, mediante discursos, intercambian públicamente ideas sobre política: los políticos, los periodistas y la opinión pública, manifestada a través de los sondeos y encuestas.

2.1. Actores de la comunicación política

Iniciaremos el recuento del desarrollo de los medios de comunicación electrónicos en México con un importante señalamiento que sigue cobrando relevancia a la luz de la situación actual del país: su relación con la política ha sido estrecha desde su nacimiento; es por ello que el enfoque de sus contenidos ha estado condicionado por el contexto económico y político del país, por un lado, y por otro ha puesto obstáculos a su uso en un sentido social que represente a sectores más amplios de la población.

Un ejemplo de ello es la relación establecida con la primera concesionaria de medios electrónicos en el país, Telesistema Mexicano, en la década de los 50, lo que propició la concentración del capital de este rubro en una sola empresa, condición necesaria para que el Estado benefactor pudiera ejercer un control más directo sobre la información que se manejaba. En los siguientes años surgió la televisión pública en el canal 11, del Instituto Politécnico Nacional, cuya dependencia burocrática, falta de claridad en sus contenidos, particularmente culturales, y pocos recursos no dio una verdadera opción a la audiencia.

Poco a poco la televisión se fue convirtiendo en el medio más cotizado entre la población; si bien la prensa, y en menor medida la radio, tenían una mayor autonomía, no escapaban de la censura.

Con los avances tecnológicos y la apertura comercial la transmisión de señales provenientes de otros países a través de los satélites estadounidenses puestos en órbita propiciaron la apertura de más canales en el país. En 1968 surgieron el canal 8 y el 13, de televisoras independientes y la empresa de Azcárraga cambia de nombre, ahora se llama Televisa (Televisión Vía Satélite). Esta empresa creó la filial Cablevisión en 1970 para ofrecer contenidos provenientes de otros países, pero la televisión abierta seguía siendo el verdadero negocio, pues poco a poco va ampliando el espectro de señales que dominaba al adquirir el anteriormente independiente canal 8, y por problemas financieros el 13 regresó al control estatal.

Aunque en 1973 surgió el Reglamento de la Ley de Radio y Televisión, que otorga a la Secretaría de Gobernación la facultad para vigilar los contenidos y tiempos de publicidad transmitidos por ambos medios, hasta 1977 se creó la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) para llevar a cabo dicha tarea. El control y censura aplicado por esta dirección ha bloqueado la apertura de contenidos en el país, supeditándolos a los intereses gubernamentales en turno.

La televisión pública se amplió en 1982 con la creación del Canal 22, que en 1991 pretendía ser vendida a la iniciativa privada por Carlos Salinas de Gortari, quien tuvo que desistir en su intento debido a la presión social que obtuvo para no hacerlo. En cambio, en 1993 logró que se concesionaran los canales 7 y 13 del Distrito Federal y el 2 de Chihuahua a la empresa Televisión Azteca, que posteriormente se puso a la venta, junto con otras empresas paraestatales como la Compañía Operadora de Teatros y los Estudios América, que fueron adquiridas el mismo año por el grupo Radio Televisora del Centro de Ricardo Salinas Pliego, que con el lanzamiento ese mismo año del satélite Solidaridad I y del II al siguiente año, logró un rápido aumento en los niveles de audiencia.

La reforma de 1995 a la Ley de Telecomunicaciones permitió que empresas de capital extranjero pudieran utilizar las posiciones de los satélites mexicanos para transmitir contenidos televisivos, con lo que se amplió la oferta de televisión pagada en el país.

A pesar de la inclusión de capitales extranjeros en las empresas televisivas, el oficialismo en el manejo de la información política fue evidente durante todos los años de régimen priísta, particularmente en los momentos electorales, donde solamente se hacía la cobertura de los candidatos del partido de gobierno, haciéndolos parecer frente a la audiencia como únicos. Además, la lógica de mercado y las inversiones extranjeras se hicieron presentes en el contenido publicitario, especialmente después de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con América del Norte. Aunado a esto, el marco de regulación de las telecomunicaciones, rezagada e imprecisa, permitía una amplitud de acción a los dueños de medios informativos, que además hacían acuerdos convenientes con el gobierno priísta para recibir exención de impuestos a cambio de tiempo en sus espacios y contenidos dirigidos a los intereses del grupo en el poder.

Con la duda sobre los resultados de la elección presidencial de 1988, la falta de cobertura amplia de todos los contendientes, el ocultamiento de la información electoral en los noticieros televisivos y la declaración abierta de Emilio Azcárraga, dueño de Televisa, sobre su filiación priísta, empezó a modificarse el manejo de la comunicación gubernamental.

Durante la siguiente década la importancia de la televisión creció de manera exponencial y prácticamente toda la población tenía ya no uno sino varios aparatos receptores para tener acceso a sus contenidos programáticos, lo que la ubicó como el medio prominente que ya no sólo se dedicaba a informar sino a formar identidad a través de los valores y creencias que difundía. El duopolio de Televisa y TV Azteca han sido agentes de la formación cultural del país, así como mediadores centrales entre la clase política y la sociedad, con lo que el distanciamiento entre ambas es cada vez más evidente y la apropiación que hace la última de las ideas televisadas se traducen en sus "propias" opiniones.

Así, el poder político que actualmente detentan las empresas televisivas en el país es voraz, y la posibilidad de que exista un cambio en su relación con los grupos políticos del país es

inexistente mientras ésta siga redituando en forma de fructíferos negocios, por lo que su papel social y su apertura democrática está aún lejos de ser una posibilidad.

En este sentido, la clase política, en forma de grupos de poder, familias políticas, grupos parlamentarios, partidos políticos, representantes del gobierno y el propio Estado, se han situado en una posición privilegiada de influencia gracias al vínculo establecido con los medios. Los grupos políticos en el poder se han valido de éstos para crear los mensajes adecuados que les den legitimidad en el ejercicio del poder, incluso cuando ésta se pone en serias dudas cuando dicho ejercicio se aleja de los ideales sociales del momento específico o cuando las acciones realizadas no corresponden a las promesas realizadas en campaña.

En México, la máxima puesta en escena de esta clase se observa en los rituales políticos –transmitidos en los medios– que están cargados de simbolismos, representaciones emotivas, alusiones morales y acopiados de discursos elaborados a partir de las necesidades de legitimación del cargo, la cual se basa en la actualidad en la realización de comicios electorales. Entonces, nuevamente se hace uso del *marketing* político para construir una imagen del político que ayude a convencer a su audiencia el mayor tiempo posible, pues los medios electrónicos son efímeros y estos mensajes se deben reforzar continuamente.

El afianzamiento de la clase política en el poder se ha dado por varias razones; en primer lugar porque ha recorrido un largo tramo de consolidación que le permite formar vínculos y estrechar otros con miembros de distintos grupos, a ello responde la práctica cotidiana de enlaces matrimoniales entre hijos e hijas de políticos, y de estos hay muchos ejemplos en la vida política mexicana (incluso desde antes de la época independiente). De esta manera las relaciones profesionales se convierten en lazos familiares, con lo que también se crea complicidad entre los grupos que alinean sus intereses y trabajan en conjunto para lograr sus metas.

Otro aspecto relevante de esta permanencia se debe a la incursión de las nuevas generaciones en las actividades políticas de padres o mentores, con lo que se garantiza la continuidad de las familias en la vida política del país. En este caso la educación formal ha

adquirido en últimos años una mayor relevancia, pues los estudios en Derecho o Economía ya no necesariamente se realizan en instituciones nacionales sino en el extranjero, lo que provoca un distanciamiento con la realidad y necesidades sociales del país y se crea una esfera nueva de acción política, más cercana a intereses y visiones externas.

Un elemento más de esta continuidad se halla en la capacidad que ha tenido la clase política para acceder a las instituciones del gobierno y del Estado. La institucionalización del país que se dio después de la Revolución tenía la intención de hacer más eficiente la administración estatal y dar continuidad a los programas y políticas públicas que permitieran el desarrollo del país. En cambio, el gran número de dependencias y oficinas del gobierno que se instauraron tuvieron como resultado una excesiva burocratización de los procesos, una despersonalización en la proyección de las políticas y un lento crecimiento social que sólo ha llegado a beneficiar a los miembros de la clase política presentes en dichas instituciones, desde donde toman decisiones que impactan a todo el país.

Ahora bien, mencionamos que la clase política tiene en México distintas manifestaciones, y actualmente la más visible es la participación que tiene en los partidos políticos en momentos electorales. En este sentido, podemos decir que el tránsito del país hacia un sistema democrático como el que se ansía ha sido complicado debido a las situaciones ya mencionadas; de hecho, uno de los objetivos del régimen del partido que estuvo en el poder tantos años era precisamente consolidarse para tener un control total de la vida política. Al término del movimiento revolucionario creció el número de personas que ingresaron al quehacer político, y surgieron así nuevos grupos que contendían por el poder, pero que supieron agruparse en el mismo partido para lograrlo.

La creación y permanencia de nuevos partidos era entonces complicada y en los momentos que se requería realizar una contienda para elegir de manera popular a los representantes en el gobierno y Congreso, razón por la que también se había luchado en la Revolución, las elecciones aparecían como un mero trámite donde los partidos de oposición no tenían ninguna posibilidad de triunfo debido a que el partido hegemónico no tenía la intención de ceder ni un milímetro del poder conquistado con las armas. Aunque hasta la década de los ochenta la participación de otros partidos se hizo más evidente, más clara fue la aplicación

de diversos recursos por parte del PRI para seguir detentando el poder y violentar las manifestaciones electorales pese a exaltarlas en los discursos. Los episodios del '88 y '94, que se detallarán más adelante, son evidencia de esta postura.

La alternancia en el partido de gobierno en el año 2000 representa un paso adelante en la apertura democrática del país, pero el nuevo intento de permanencia del recién llegado PAN al poder, evidenciado en el proceso electoral de 2006, significa una ampliación de las mismas intenciones de la clase política de permanecer imperturbables frente a las manifestaciones ciudadanas que se volcaron en ese año a las urnas, confiando en las instituciones electorales y el respeto al voto.

La transferencia que se ha hecho desde 1994 de la figura presidencial dominante a un Poder Legislativo más influyente en el liderazgo del país tampoco ha cambiado en gran medida la situación privilegiada de esta clase. En todo caso, lo que se puede observar es un proteccionismo de los intereses políticos desde las instituciones que tienen la injerencia para hacerlo. Ejemplo de ello es la negativa del Congreso a la iniciativa ciudadana de eliminar las 200 curules que representan los diputados plurinominales en la Cámara Baja por no ejercer una verdadera representatividad y por consumir muchos recursos públicos. Es muy probable que el objetivo de la iniciativa quede claro desde el papel de la ciudadanía, pero desde la clase política es pedirles que cometan suicidio, lo cual no parece posible de lograr.

En resumen, el estado actual de la clase política mexicana es claro: posee una gran cantidad de poder; se ha vinculado con la clase económica (particularmente la que posee los medios de comunicación) para tener un rango de acción más amplio; ha abierto un espacio de influencia a intereses extranjeros para contar con mayor apoyo a las decisiones que toma; y, ha hecho de la política un espectáculo que pone en escena sólo para ganar legitimidad.

Las ya mencionadas características tienen un efecto en el siguiente actor de la comunicación política, pues de acuerdo con Roderic Ai Camp, el liderazgo que se ejerce en una sociedad es determinante para conformar la conducta y actitudes de su ciudadanía, y si la institucionalidad y estructura estatales son débiles o informales (como en la presidencia del país), entonces dicho liderazgo adquiere mayor relevancia y se concentra en un pequeño

grupo de personas. (Camp, 2006) Así, la relación que se establece entre clase política y ciudadanía es estrecha y una depende de la otra, aunque la primera es la que detenta mayor poder y toma las decisiones.

Por último nos referiremos a la opinión pública. Podemos decir que ésta ha tenido una incursión lenta en los procesos políticos del país debido al desarrollo de su propia cultura política. Ésta ha sido restrictiva porque es a fin de cuentas un reflejo de la otra cultura, la general, la que se relaciona con prácticamente todos los aspectos de la vida: el lugar de residencia, la edad, el género, las manifestaciones musicales, deportivas, la educación, los valores, la religión, las creencias y actitudes, es decir, todos los constructos sociales que se comparten y que dan sentido de identidad.

El hecho de que la población mexicana ponga por encima las instituciones cercanas, como la familia, la escuela o la iglesia, de las gubernamentales hace que no se identifique con éstas y cree un sentimiento de desconfianza respecto a su función y quehacer. Es así que el acercamiento hacia la política se ha dificultado, pues no se hace distinción entre Estado y gobierno y todas sus manifestaciones se encasillan en el mismo rubro de "el gobierno".

A esta desconfianza heredada de las ideas liberales y revolucionarias se debe sumar el descrédito del ejercicio político fomentado por ejemplos lamentables de gobernantes que acumulan riqueza a partir de su función pública, y la manipulación ejercida por los medios de comunicación, que se perciben como un apéndice de la clase política.

Desde la aparición del sistema televisivo en México el acceso a su programación fue dándose de manera progresiva, por lo que el referente informativo y de entretenimiento siguió siendo durante muchos años la radio. Cuando cada vez un mayor segmento de la población contó con aparatos televisivos y ésta se volvió la principal fuente de recepción de información y un espacio para pasar el tiempo libre, la postura frente a los acontecimientos políticos era lejana, no se percibía la necesidad de inmiscuirse en procesos sin competencia y donde de antemano se conocían los resultados.

Los intentos que hubo de participación más activa en la vida política del país fueron reprimidos de manera violenta, como el movimiento feminista iniciado en 1940; la huelga de médicos de 1964; los movimientos estudiantiles de 1968 y 1971; la masacre en Guerrero de productores de coco (en La Coprera) de 1967; donde el autoritarismo estatal fue cruento y no temía la crítica de la sociedad, precisamente porque tenía el control de la información.

La falta de organización social y una aún débil cultura política fueron evidentes en los largos años de dominio priista; hasta que la inconformidad se generalizó en la ciudadanía después de la “caída del sistema” de 1988 que mostró a un PRI amenazado por la pérdida del control estatal, por un lado, y por otro, a medios de comunicación que solamente mostraban la versión oficial de la imposibilidad de conocer el dato preciso de los resultados de la elección. Inicio así un proceso de mayor apertura de los medios, dado que la sociedad comenzó a demandar información veraz.

La expresión de los reclamos de la sociedad históricamente se ha hecho en forma de manifestaciones; sin embargo, con el uso generalizado en los procesos electorales del *marketing* político, las técnicas de la encuesta y el sondeo iniciaron su desarrollo en México en ese mismo año, y su uso inicial de una forma más de publicidad y de barómetro de las intenciones de voto poco a poco se ha transformado en una manera en que la opinión pública puede pronunciar sus inquietudes e influir en las decisiones políticas.

Si consideramos que el uso en este último sentido de las encuestas y sondeos está aún lejos de tener el impacto y metodología adecuada de los que se realizan en otros países, lo cierto es que sí representan un vehículo importante para que la opinión pública, ahora más preocupada por asuntos políticos y con la necesidad de seguir aumentando su cultura política, sea participe de ellos y pueda acceder a información más confiable a través de las cifras que las propias encuestas arrojan respecto a algún tema.

La nueva institución social de las encuestas podrá entonces ir más allá de su uso legitimador por parte de la clase política para ejercer el liderazgo frente a la ciudadanía y realizar sus funciones públicas sin ser criticada y comenzar a alterar las formas de representación política tradicional a través de la eliminación de las barreras de desconfianza, esto si se toma en

cuenta a sectores más amplios de la población, los resultados se comunican de manera formal y constante y la propia opinión pública no se limita a las oportunidades que se le brindan en los periodos electorales e inicia la búsqueda de nuevos medios sobre los que tenga mayor control para la manifestación de sus propuestas o solicitudes.

2.2. Desarrollo de la comunicación política en momentos electorales

En México, el fenómeno de la comunicación política, tal como lo conocemos en la actualidad, se empezó a manifestar hasta la década de los años 80 del siglo pasado, a partir de los cambios dentro del sistema político que lo condujeron a un proceso de mayor democratización. Hasta entonces lo que se podía apreciar a este respecto eran solamente estrategias de comunicación gubernamental, ya que la situación prácticamente estable del partido de gobierno no requería de otro tipo de tácticas. Fue hasta las elecciones presidenciales de 1988 que el escenario empezó a cambiar, pues a pesar de que, en términos del tema que nos ocupa, este capítulo de la historia electoral nacional se vio marcado más por el hartazgo de la población hacia el partido de gobierno que por el uso de técnicas de comunicación política, se mostró la necesidad de modificar la forma de hacer campañas electorales y de propiciar cambios que permitieran un régimen realmente democrático.

Ese año el principal opositor fue Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, candidato del recién formado Frente Democrático Nacional, quien representaba una posibilidad de cambio de partido en el gobierno debido a la gran cantidad de seguidores, simpatizantes y ex correligionarios del PRI que lo acompañaron al nuevo partido; sin embargo, el partido que durante décadas había permanecido inamovible en la cabeza del Ejecutivo no consiguió la mayoría absoluta en el Congreso por primera vez, aunque sí obtuvo la Presidencia, pese al disgusto que entre la oposición ocasionó el hecho tan cuestionable de la “caída del sistema” que llevaba el conteo de los votos en la entonces Comisión Federal Electoral, dependiente de la Secretaría de Gobernación del propio gobierno priísta, con lo que ésta dio el triunfo al candidato del PRI, a pesar de las evidencias que indican que el ganador fue Cárdenas.

Fue así como se volteó hacia Estados Unidos para copiar muchas de las técnicas que allá se empleaban durante las campañas electorales desde hacía años para aplicarlas en las siguientes contiendas presidenciales de 1994. La intención de la oposición, principalmente, era utilizar estrategias del *marketing* político para crear una imagen más moderna de sus candidatos y poder así competir de manera más directa con el partido de gobierno. La nueva construcción del candidato tendría así una mayor carga simbólica que pudiera ser precibida por diferentes segmentos de la población y transmitida masivamente por los medios de comunicación.

El nuevo mercado electoral suscitó la aparición en el país de empresas dedicadas a dar asesoría a políticos de distintas procedencias sobre el manejo de su imagen, el uso de estrategias comunicativas novedosas y a realizar estudios de mercado enfocados a los procesos electorales. Este año también apareció en la escena nacional otra técnica adoptada de experiencias electorales extranjeras para propiciar el intercambio de propuestas de campañas entre candidatos: el debate. Aunque ese año eran nueve los aspirantes registrados para contender por la presidencia, en el debate solo participaron los candidatos de los tres partidos con mayor presencia nacional: Diego Fernández de Cevallos, del Partido Acción Nacional; Ernesto Zedillo Ponce de León, del Partido de la Revolución Institucional; y, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, del Partido de la Revolución Democrática.

Más allá de las críticas a este primer ejercicio democrático debido al formato rígido que siguió y que no propició el intercambio fluido de ideas entre los participantes, la transmisión televisiva del debate entre los candidatos presidenciales sentó las bases para llevar a cabo contiendas electorales más competidas y para que éstos tuvieran acceso a un mayor número de audiencia debido a la gran aceptación que tiene este medio entre la población mexicana.

En este mismo sentido, podemos mencionar otra técnica comunicativa que tuvo gran difusión en ese año: los *spots* de televisión y radio. Con el uso de éstos inició el negocio de las campañas electorales en México, pues pese a que en ese momento el principal gasto que realizaban los partidos políticos se destinaba a la operatividad de la campaña, el 35% de sus prerrogativas, y destinaron en promedio 25% a la compra de promocionales, posteriormente

se conoció que el PRI realizó un gasto mucho mayor en este rubro, lo que tuvo como consecuencia una desigualdad en la contienda. (La Jornada, 05/02/2009)

La razón por la que los *spots* han sido un recurso comunicativo privilegiado, y que en la actualidad se utilizan ya no solo en periodos electorales, es que tienen un formato ideal para ser empleados en los medios electrónicos: son breves, tienen una fuerte carga simbólica, presentan información con un lenguaje accesible y tienen la posibilidad de llegar a un mayor número de electores. Además, en términos discursivos, tienen una naturaleza dialógica que les permite referirse a características o acciones de sus adversarios para colocar su propia imagen por encima de la de aquellos, pues su principal intención es informar, convencer y agradecer al espectador (Gutiérrez Vidrio, 2007), por lo que sus características son ideales para vender los “productos electorales”.

En México, el recurso de los *spots* durante las campañas electorales ya está totalmente difundido y es utilizado por todos los candidatos de todos los partidos. De hecho, dadas las diferencias en los calendarios electorales de los estados del país, durante todo el año podemos encontrar *spots* electorales; además, antes de la reforma electoral de 2007, este recurso se utilizaba también durante los periodos de precampaña, cuando los candidatos se disputan la candidatura oficial de su partido para acceder a algún puesto de elección popular.

Debido a que se consideraba al momento electoral el definitivo para poder cambiar el estado general del país, se dio un aumento a las prerrogativas de los partidos políticos para la elección intermedia de 1997, sumando la cantidad de 1,043 millones de pesos, de los cuales destinaron un promedio de 22% en propaganda genérica; 23% en la operación de las campañas y 55% en publicidad de radio y televisión. Encontramos aquí otro aspecto relevante de la nueva dinámica de la comunicación política en México: la preponderancia de los datos cuantitativos sobre los cualitativos. Es así como las empresas dedicadas a realizar encuestas y los sondeos encuentran en ese año un terreno propicio para que los partidos iniciaran (como hasta la fecha ocurre) una guerra de cifras y formas de obtener datos de las preferencias del electorado y con ellos reestructurar sus estrategias comunicativas para el desarrollo de las campañas.

Los partidos han utilizado el recurso de las encuestas ya no sólo para conocer la popularidad de sus abanderados sino como una forma más de darlos a conocer, para lo cual contratan a empresas dedicadas a la aplicación de sondeos y encuestas, muchas veces elaboradas de tal forma que los resultados les puedan favorecer. Sin embargo, este recurso se usó en ese momento como una estrategia comunicativa más y no como un instrumento para conocer el estado de la opinión pública; además, aunque han sido útiles para conocer el panorama de los que podrían ser los resultados de la elección, al usarse en forma desmedida y sin metodologías precisas ni la presentación de los datos de recopilación, provocan en el electorado desconfianza debido a la disparidad en los resultados que muestran unas de otras.

El siguiente paso en este desarrollo de la comunicación política en el país lo marcó de manera trascendental el proceso electoral de 2000, donde se disparó el negocio de las televisoras al vender a los partidos y otras organizaciones con intereses políticos espacios para la transmisión de los spots electorales; pero, la clara filiación partidista de estas cadenas de televisión registró tarifas diferenciadas a los diferentes grupos políticos, con lo que el PRI nuevamente obtuvo una ventaja sobre su oposición.

Una vez más se utilizaron los sondeos y las encuestas como materiales de propaganda más que de información, por lo que la competencia entre las empresas encuestadoras y los medios de comunicación que también las realizaban fue más encarnizada. Los noticieros televisivos destinaban diariamente un espacio para hablar de los resultados de una nueva encuesta o sondeo que ellos mismos levantaban, por lo que se puede decir que los medios, junto con sus encuestas, jugaron un papel fundamental durante este periodo electoral.

A pesar de que el Instituto Federal Electoral (IFE), formado desde 1996 y que se reconocía como una autoridad electoral autónoma e imparcial, estableció al inicio del proceso la metodología que se debía seguir para la elaboración de sondeos y encuestas fiables, ésta no se cumplió a cabalidad, por lo que muchos de los resultados de las encuestas variaban significativamente, aunque la mayoría ubicaba a Francisco Labastida y a Vicente Fox como los favoritos entre el electorado, excluyendo prácticamente de la contienda a Cuauhtémoc

Cárdenas; sin embargo, estos candidatos de los principales partidos eran los que siempre estaban presentes mientras que el resto no figuraba mediáticamente.

De acuerdo con información del IFE, ese año el financiamiento público a los partidos políticos, sólo para gastos de campaña y en un monto idéntico al destinado a actividades ordinarias, ascendió a 1,500 millones 456 mil 125 pesos y siete centavos, (IFE, 2000) de los que se destinaron más de 800 millones a la compra de espacios en medios electrónicos, es decir, más de la mitad de los recursos otorgados. A esta enorme suma, que coloca al país en el primer lugar de los procesos electorales más costosos ese año, aún falta sumar las aportaciones privadas realizadas por corporaciones (particularmente de obreros y campesinos para el PRI), agrupaciones ciudadanas (como la llamada "Amigos de Fox") y donativos de simpatizantes y seguidores.

Aunque de acuerdo con la legislación electoral vigente en ese año, el financiamiento privado a los partidos políticos no podía exceder el 10% del total del financiamiento público otorgado para actividades ordinarias y estipulaba un límite de 0.05% para cada donativo, la carencia de documentación exacta al respecto nos deja con pocos elementos para precisar el monto de este tipo de financiamiento en estas elecciones, pero el asunto toma un sentido negativo en una incipiente democracia debido a la relación que implica entre los intereses empresariales (particularmente los de las televisoras) y corporativos vinculados al partido que logre acceder al poder.

Esto fue precisamente lo que ocurrió con el caso "Amigos de Fox", corporación creada para promover la imagen del entonces candidato del PAN y PVEM a la presidencia Vicente Fox Quesada, donde la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJ) determinó en el 2011 que existió un financiamiento paralelo al financiamiento público otorgado por el IFE para la fórmula encabezada por este candidato e impuso a ambos partidos una multa económica que no afectó el resultado de la elección. Lo que en un principio implicó una sanción administrativa que evadía los mecanismos para controlar el uso de los recursos destinados a las campañas electorales, en realidad implica el uso de recursos económicos para hacer más visible en los medios la imagen de un candidato y lograr así que acceda a dirigir al país.

En términos de *marketing*, se considera que la campaña de Fox fue la que más contribuyó a la modificación sustancial de las estrategias comunicativas empleadas hasta entonces, pues tanto las características del candidato como el tipo de imagen que se formó de él diferían de la idea del típico político acartonado lejano a la propia realidad de la ciudadanía. El uso del lenguaje coloquial por parte de Fox fue una de las claves del éxito en su aceptación pública, además del gran uso del recurso de descalificación directa a sus oponentes que situaron a la contienda política en un nivel más cercano al espectáculo que al intercambio de ideas.

Un recurso más fue el uso de frase cortas y fáciles de recordar, que poco a poco empezaron a formar parte del folclore nacional. Por otro lado, la táctica de centrarse en un solo opositor, Labastida, propició el cierre de la contienda a solo dos candidatos y de esa manera se podían diseñar mejor las estrategias discursivas que aludieran y minimizaran la figura de su antagonista.

Ese año se celebraron dos debates presidenciales. El primero tuvo lugar el 25 de abril y en él participaron Vicente Fox Quesada (Alianza por el Cambio, del PAN y PVEM); Francisco Labastida Ochoa (PRI); Cuauhtémoc Cárdenas (PRD); Porfirio Muñoz Ledo (PARM); Manuel Camacho Solís (Partido de Centro Democrático) y Gilberto Rincón Gallardo (Partido Democracia Social). En éste primer ejercicio se puso en evidencia la necesidad de manejar un perfil televisivo cercano a la audiencia para ganar simpatizantes, pues más que una confrontación de propuestas e ideas políticas se trató de la puesta en escena de la imagen de los tres actores, pues el evidente dominio de los temas políticos por parte de Rincón Gallardo fue superado por el enfrentamiento desafiante y descalificador que se dio entre Fox y Labastida. Debido a estas estrategias comunicativas y al uso que se hizo de algunos momentos del debate en *spots* en la campaña de Vicente Fox, éste aumentó su popularidad.

El segundo debate se realizó el 27 de mayo y fue acordado solo entre los candidatos de los tres principales partidos, después de una semana de negociaciones, y cuya celebración no modificó la situación de cada candidato frente al electorado. Al día siguiente de cada evento en todos los medios nacionales tuvo lugar una guerra de encuestas sobre quién había “ganado” cada debate. Otros espacios televisivos que figuraron en este año, poco usuales hasta entonces, fueron programas de contenido humorístico, como el de Adal Ramones y

Eugenio Derbez, y noticieros con formatos menos rígidos, como el entonces tan sintonizado Mañanero de "Brozo", donde los candidatos se mostraron ante el electorado de una manera menos formal y más humanizada.

La imagen televisada de los candidatos fue la clave en esta elección, pues queda claro que este medio se erigió como el escenario privilegiado para el desarrollo de las campañas políticas porque privilegia la imagen ante la solución de problemas sociales, y maneja gracias al *marketing* "el arte de jugar con las emociones humanas [...] donde se empobrece el discurso ideológico y se reconforta el imaginario de la seducción." (Berlín Villafaña, 2000). Este hecho ha suscitado la necesidad de analizar también la relación entre los dueños de las principales cadenas informativas nacionales y los líderes políticos.

En cuanto a la siguiente elección intermedia de 2003, la experiencia del proceso anterior, que culminó con la alternancia del partido en el gobierno pese a los intentos del anterior por seguir manejando la comunicación gubernamental a su favor, impuso la idea de que los comicios electorales sí se podían ganar con campañas que utilizaran estrategias comunicativas creadas a partir de los parámetros del *marketing* político, cuya aplicación ahora se consideraba imperativa para avanzar en las metas políticas y electorales.

La idea central de todos los partidos políticos para esta contienda era diseñar campañas creativas que les permitieran recuperar escaños legislativos y poder, con ello, preparar sus sitios para la siguiente elección presidencial. Particularmente el PAN se propuso ganar más diputaciones, pues pese a que en el año 2000 había logrado encabezar el Ejecutivo la falta de mayoría en el Congreso le había "impedido" realizar los cambios prometidos en campaña. En este sentido, además de los ya conocidos *spots*, carteles, espectaculares, folletos y artículos promocionales, en este proceso el PVEM integró a las campañas la publicidad expectativa enfocada a los problemas sociales de ese momento específico, con lo que se atraía la atención de la audiencia y posteriormente ofrecía sus propuestas para solucionarlos. (Valdez y Huerta, 2003)

En relación a los recursos económicos para esa elección, la asignación del IFE para gastos de campaña a los partidos políticos aumentó a 2,421 millones de pesos y el gasto destinado a la

compra de espacios en medios electrónicos fue de un 55%. Aunque el gasto se incrementó, el PAN y el PRI, que habían recibido la mayor cantidad de prerrogativas, no pudieron ejercer todos los recursos debido a que se habían establecido “topes” de campaña para propiciar contiendas más equitativas en este sentido. (La Jornada, 05/02/2009)

En la pasada elección presidencial de 2006 notamos un establecimiento total del *marketing* político en México, a través de todas las técnicas y recursos empleados en las elecciones anteriormente mencionadas. La gran diferencia con las anteriores radicó en el uso que se dio a encuestas y sondeos, que más que limitarse a conocer las preferencias e intenciones de voto empezaron a considerarse como la expresión de los temas de interés de la opinión pública, actor fundamental en el desarrollo de la comunicación política. Su papel fue medular desde el tiempo en que se presentaron las campañas al interior de cada partido para decidir de entre sus precandidatos aquel que sería el abanderado en la contienda presidencial.

En esta ocasión la contienda se centró en dos candidatos, Andrés Manuel López Obrador, al frente de la coalición formada por el PRD-PT-Convergencia y que como Jefe de Gobierno del Distrito Federal había logrado establecer una imagen pública identificable por todo el electorado del país, y Felipe Calderón Hinojosa como representante del PAN, que obtuvo el puesto a pesar de no ser el candidato favorito al interior de ese instituto político. El representante de la alianza formada por el PRI y el PVEM, Roberto Madrazo Pintado, prácticamente no figuraba como contendiente debido a la falta de credibilidad que seguía arrastrando el primero a nivel federal. Los otros contendientes fueron Patricia Mercado, del Partido Alternativa Social Demócrata y Campesina, y Roberto Campa, del Partido Nueva Alianza.

Conocido como ya era para entonces el papel que juega la televisión en los procesos electorales, previo a los tiempos oficiales de campaña la empresa Televisa promovió un “pacto de civilidad” para la publicidad empleada por cada precandidato. Este pacto no fue respetado e inició así un capítulo destacado en la historia electoral mexicana: la “guerra sucia” llevada a través de los *spots* de radio y televisión en contra de López Obrador, debido a que se vislumbraba como el favorito para ocupar la presidencia. Es así que la embestida

iniciada desde 2003 por Fox (inicialmente con los “videoescándalos” y posteriormente con el intento de desafuero) para evitar primero su candidatura y después su triunfo electoral tuvo eco en las campañas de sus dos principales adversarios, quienes se centraron en atacarlo para revertir su popularidad.

El negocio de los *spots* televisivos en este año fue descomunal, pues el 71% del gasto ordinario y de campaña de los partidos –que sumó un total de 4,136 millones 751 mil 227 pesos y 46 centavos en cantidades iguales para cada rubro (El Universal, 15/02/2006)– se destinó solamente a espacios televisivos, y de éste más de la mitad se enfocó a la publicidad negativa. La empresa Verificación y Monitoreo reportó que el gasto de todos los candidatos había rebasado la cifra reportada al IFE, por lo que es muy posible que se hayan rebasado los topes de campaña establecidos para esa elección. (Villamil, 2006) También existió un gasto realizado por la administración de Fox, quien desde la presidencia también lanzó su propia campaña para continuar desacreditando al candidato de la oposición.

La celebración del debate entre candidatos era ya una práctica esperada, y este año se celebraron dos. El primero se realizó el 25 de abril y a él solamente asistieron Felipe Calderón, Roberto Madrazo, Patricia Mercado y Roberto Campa. López Obrador se rehusó a asistir aludiendo que tenía conocimiento que medios de comunicación y partidos políticos habían acordado difundir su imagen de perdedor en el encuentro. Al segundo debate, llevado a cabo el 6 de junio, asistieron todos los contendientes, aunque el encuentro estuvo centrado en los ataques y no en las propuestas de cada uno. Nuevamente los *spots* fueron los protagonistas de la contienda al abundar después del segundo debate mostrando a los dos candidatos centrales como ganadores del evento.

Como ya se mencionó, en esta elección las encuestas también ocuparon un papel importante, lo que situó a las distintas firmas en un papel protagónico del proceso. Éstas mostraron una tendencia relativamente estable que situaba a la cabeza a López Obrador al frente de la preferencia ciudadana. Solamente una semana antes del día de la jornada electoral se modificaron las tendencias, lo cual mostró el uso propagandístico que se volvió a hacer de esta técnica para incidir en el voto de los electores indecisos.

El uso mayoritario de las encuestas en este año propició una mayor participación ciudadana; sin embargo, ésta aún estaba limitada por su acceso a la participación en estos instrumentos estadísticos, lo cual no demerita su papel central en la contienda, aunque sea como un actor con mayor posibilidad de acción futura gracias a la información a la que puede tener acceso.

Los resultados cuestionados de esta elección presidencial que colocaron a Felipe Calderón al frente del Ejecutivo nacional y las quejas interpuestas ante el IFE y el TEPJF por la guerra de *spots* difamatorios lanzada contra López Obrador –muchos de los cuales se ordenó fueran retirados de los medios por su carácter ofensivo que podía contribuir al desprecio por parte de los electores y a su consecuente abstencionismo–, dio como resultado una reforma constitucional y electoral que tuvo como eje establecer pautas que propiciaran contiendas electorales más equitativas y certeras.

Algunos de los resultados suscitados por estas reformas son la reducción de los gastos y periodos de campaña; la reglamentación de las precampañas y de la propaganda gubernamental; la renovación escalonada de los consejeros del IFE; y, una disminución del poder mediático de las televisoras. Sin embargo, al realizar un análisis más detallado también se pueden observar algunas carencias que aún están por resolverse y cuyos efectos se apreciarán de manera más clara en la siguiente contienda presidencial: el debilitamiento de la autonomía del IFE; la escasez de información en el debate político; la permanencia de las élites partidistas; y, la incertidumbre en el caso de elecciones cerradas. (Serra, 2009)

El problema básico de estas insuficiencias radica en el poder adquirido por los partidos políticos, que se convierten por un lado en árbitros de la contienda al ser sus legisladores quienes eligen a quien ocupa la nueva Contraloría Interna del IFE, institución que tiene como objetivo vigilar a los propios partidos; y por otro, debido a la autonomía que se les da para su organización interna. La llamada “partidocracia” adquiere entonces mayor poder en México y se sigue cuestionando el arribo a un sistema verdaderamente democrático. Además, la posibilidad de realizar una apertura de paquetes electorales para contar cada voto en caso de una diferencia de un punto porcentual o menos entre el primero y el segundo lugar tiene un sentido de previsión ante la posibilidad de tener, como se tuvo en 2006, un resultado tan cerrado en los resultados de la elección, pero sus vericuetos legales no garantizan la

posibilidad de realizar un conteo nacional sino solamente escasas posibilidades distritales, lo que no garantiza legitimidad en el proceso. (Crespo, 2008)

La afectación que sufrieron las televisoras con estas reformas tuvo un enorme impacto en el tratamiento que darían después a la publicidad gubernamental, pero sobre todo, en la posibilidad de volver a realizar los negocios multimillonarios que realizaron en elecciones anteriores. Un ejemplo de ello es el episodio ocurrido a inicios del 2008 cuando Televisión Azteca se negó a transmitir promocionales de partidos políticos entregados por el IFE y considerados en los tiempos oficiales para dicho instituto en este medio del 13 de marzo al 29 de abril. El IFE estableció una multa a la cadena televisiva para sentar un precedente ante este comportamiento, pero ante la apelación interpuesta por la empresa –donde alegó un agravio en su contra debido a la propia reforma electoral– el TEPJF revocó la sanción que se le había impuesto abriendo las puertas a futuros incidentes de este tipo.

En este escenario se llevó a cabo otro proceso electoral, el intermedio de 2009, que sobresale más por sus episodios negativos que por sus resultados, pues en él los protagonistas fueron el abstencionismo, el movimiento “anulacionista” de votos (nulos y blancos) y la violencia, resultado todos del clima de incertidumbre e ilegitimidad que aún inquietaba a la población por la anterior elección presidencial. Tal como ocurrió en 2000, donde se dio un voto de castigo al partido de gobierno, en esta ocasión el PRI (ahora de la oposición) logró recuperar varios sitios legislativos, con lo que volvió al escenario para preparar la contienda electoral del siguiente proceso.

Aunque la imparcialidad del IFE seguía en duda, la posibilidad que se dio de abrir paquetes electorales en algunos distritos y las constantes denuncias que se interpusieron entre todos los partidos por el uso de la propaganda “personalizada” en televisión propició una aceptación general de los resultados por todos los contendientes.

Como podemos observar, con cada proceso electoral los gastos de campaña fueron en aumento y los rubros a los que se destinaba cada vez un mayor porcentaje de recursos era a la compra de espacios publicitarios en la televisión, hasta antes de las reformas de 2007 y 2008, y aunque este medio ha visto mermados sus ingresos económicos por esta causa, no

podemos negar que se ha convertido en una autoridad en materia electoral en México, sustituyendo (de facto) a otras instituciones públicas al emitir juicios sobre uno u otro candidato, y sobre todo, al influir el destino de las elecciones debido a la postura que adoptan sus comentaristas o noticieros.

Por otra parte, la importancia que ha adquirido la opinión pública representada por sondeos y encuestas, nos da una idea de la consolidación que la comunicación política tiene ya en nuestro país, y esto sin mencionar la creciente participación que ha adquirido gracias al uso cada vez más difundido de las redes sociales, a través de las que la información fluye de manera inmediata y permite una relación dialógica entre sus usuarios. En este sentido, la forma que ha tomado la relación de los tres actores de la comunicación política, es decir los políticos, los medios y la opinión pública, ha modificado el curso de los procesos políticos, cuyas características aún se deben seguir analizando para comprender mejor este desarrollo.

2.3. Propuestas de análisis

En el capítulo anterior se hizo una revisión de los modelos de la comunicación política de mayor aceptación y difusión en el campo; sin embargo, me gustaría resaltar que éstos surgieron de la observación de las realidades europea y estadounidense, por lo que es necesario enmarcar la disciplina a la realidad mexicana, para lo cual estos modelos sólo se podrán tomar como referentes teóricos, pues aunque existan muchas coincidencias, lo más conveniente es impulsar nuevos modelos que tengan vigencia en la realidad en que nos encontramos, tomando en cuenta los elementos que están a nuestro alcance. Pero este trabajo lo tendremos que ir formando quienes nos intereseamos en el desarrollo del campo, a partir del conocimiento de las propuestas existentes así como de la observación de los actores que intervienen en la escena pública mexicana, como de hecho ya se han realizado esfuerzos importantes en nuestro país. Mencionaremos sólo algunos de ellos.

Tenemos por ejemplo la propuesta de Javier Esteinou Madrid, quien parte de varios estudios de comunicación social para analizar la actual situación de la relación entre los medios de

comunicación y el Estado mexicano. Explica que la transformación tecnológica de los medios electrónicos ha aumentado su posibilidad de transmisión informativa, y por lo tanto, de su capacidad de persuasión, lo que los convierte “en el epicentro cultural, ideológico y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio”. (Esteinou, 2005) La consecuencia de ello es, por un lado, la expansión ideológica a una esfera más amplia y versátil de la sociedad, y por otro, la adaptación de las instituciones gubernamentales a las reglas mediáticas con la intención de tener más proyección en ellos.

El autor concluye haciendo un señalamiento sobre el surgimiento de la “telepolítica” en el país, que expone como la nueva realidad mediática que ha transformado los procesos políticos y electorales, integrando nuevas realidades al quehacer político. Ahora bien, en el caso de las elecciones de 2009 analiza la forma en que este poder televisivo se manifiesta de una manera astuta al encontrar nuevos mecanismos que aprovechan los vacíos de la reforma electoral de 2007, con lo que nuevamente la televisión se alza como poder mediático al realizar un negocio con la política. (Esteinou, 2010)

En torno a uno de los objetos de estudio centrales en el campo de la comunicación política tenemos la propuesta de Silvia Gutiérrez Vidrio para analizar el discurso político en México. La autora resalta el papel central del discurso como un medio de acción e intervención política que puede utilizarse para el mantenimiento de las comunidades políticas a través del intercambio de la información o para ejercer la persuasión y la violencia simbólica para lograr la dominación política. (Gutiérrez Vidrio, 2000) El análisis de estos discursos, al realizarse desde una perspectiva que combine lo teórico-metodológico, permite identificar los elementos del propio texto y relacionarlo con el contexto en que se inscribe, lo que proporciona un panorama más amplio que lo vincula al proceso social donde surge.

Este tipo de análisis lo aplicó la autora (2007) al caso de las elecciones presidenciales de 2006, donde explica la conformación que se hizo del discurso de miedo como parte de la guerra sucia de *spots* lanzada contra el candidato de la Coalición por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador. La construcción de éste como el enemigo en el discurso de sus adversario tuvo como eje la descalificación, que lo señalaban como “un peligro para

México". El análisis se realizó en un contexto de relevancia electoral que implicó el papel de las televisoras y los resultados del mencionado proceso electoral.

En cuanto a la oferta teórica realizada por Norma Pareja Sánchez (2008), tenemos que hace hincapié en el impacto que puede tener en los resultados de una elección el vínculo que se crea entre el electorado y la televisión, a través de la cual es bombardeado de publicidad política que determina su "comportamiento electoral". Explica que en el caso de las elecciones presidenciales de 2006 la campaña sucia de *spots* que inundaron la televisión propició una batalla legal entre partidos políticos, donde finalmente el TEPJF no pudo cuantificar el impacto real de dicha publicidad en las preferencias del electorado, por lo que ratificó la validez de los resultados de la elección.

La autora realizó una recopilación de textos de comunicación política en 2011, junto con Silvia Molina, y en esta ocasión su propuesta se centró en la estrecha relación que se observa entre los medios de comunicación y los partidos políticos, pero sólo en periodos electorales, momento clave de la vida del país donde uno no puede existir sin el otro. En este punto, señala que aun en el nuevo marco legal electoral de 2007, que eliminó la posibilidad de los partidos políticos de adquirir tiempos televisivos por su cuenta o mediante otras organizaciones, no se ha diluido este vínculo que ha tenido que modificarse pero que sigue siendo estable debido a la débil regulación y autonomía de que gozan los medios de comunicación en el país.

La propuesta realizada por Luis Razgado Flores centra el análisis en la relación entre los actores de la comunicación política específicamente en tiempos electorales. Destaca que el avance democrático en México ha propiciado una apertura en el espacio público a la participación de corrientes políticas diferentes a la oficial marcada por el anterior partido en el poder. En este contexto, el papel de los medios de comunicación es fundamental, debido principalmente a la apertura que han conseguido, así como a la diversificación de su relación, ya no sólo enfocada a los políticos sino también a la sociedad. Por otro lado, resalta que la inclusión de la mercadotecnia política en los periodos electorales ha dado vitalidad a los procesos, con lo que la relación entre los actores también se ha transformado. (Razgado, 2003)

Propone así la identificación de cuatro enfoques para abordar el estudio de la comunicación política: 1) de influencia, referente a los efectos de las actividades comunicativas en el funcionamiento de los sistemas políticos; 2) de contenido, para analizar los contenidos de los mensajes contruidos por los actores; 3) de persuasión, para conocer las técnicas y procedimientos para influir políticamente en los ciudadanos; y 4) de actores, relativo a establecer las interrelaciones de los actores del espacio público. De ellos, concluye que el último es el más adecuado para conocer el marco comunicacional en que éstos interactúan, y su análisis parte de los discursos políticos, los sondeos de opinión, las agendas temáticas de los candidatos y las tendencias de comportamiento de los medios.

El autor realiza posteriormente una propuesta para examinar el fenómeno de la ética en la comunicación política, específicamente en la publicidad política, centrado en el intercambio que se da en la política entre verdad, falsedad y distorsión de la información. Considera que la falta de una conducta ética en el manejo de las campañas políticas puede devenir en el riesgo del retroceso democrático del país, propiciado por la simplificación de la información y por la superioridad dada a la imagen. (Razgado, 2007) Este problema también se podría extender al diseño, resultados y abuso en la aplicación de los sondeos de opinión, cuya función primordial en realidad debería ser, partiendo del supuesto de la ética profesional, la expresión de la opinión pública.

Por otro lado, tenemos los trabajos realizados por Raúl Trejo Delabre, quien ha estudiado el papel de los medios de comunicación desde distintos ángulos. En el caso de los análisis enfocados al campo de la comunicación política, tenemos que en el marco de las elecciones presidenciales de 2000 participó en dos foros de análisis coyunturalmente relevantes. El primero fue convocado por la Comisión de RTC y ahí analizó la relación existente entre la política y los medios de comunicación a partir del cuestionamiento sobre su deber ser y su responsabilidad social. Considera que la situación actual de los medios es resultado de la relación que han tenido con la política desde su nacimiento y explica que aunque en México los medios de comunicación son manejados por empresas privadas en realidad son entidades de interés público, en primer lugar porque son concesionarias de un bien nacional, y en segundo porque tienen una enorme influencia en los demás actores del escenario público,

por lo que sugiere algunas pautas de conducta para cumplir con este objetivo social: 1) deben ser abiertos a todas las versiones; 2) deben ser claros; 3) deben ser inquisitivos; 4) deben ser serenos; 5) deben ser transparentes; 6) deben ser perceptivos a las circunstancias y exigencias de la sociedad; 7) deben ser autocríticos; 8) deben ser profesionales; 9) deben ser modestos; y, 10) deben ser medios.

En este último punto aclara que el papel de intermediarios de los medios de comunicación se ha olvidado y que lo que hacen en momentos electorales es fungir como un actor más, situación que tendría que estar más regulada por las normatividades correspondientes y vigilada por el Estado para evitarla.

Su segunda participación ese año fue en una mesa de análisis organizada por el IFE, donde puso de manifiesto la necesidad de abordar el papel de los medios de comunicación como parte de la agenda nacional debido a su forma de actuar en periodos electorales. Esta idea parte de la observación de la interacción que tienen los partidos políticos con los medios, y el hecho que estos últimos tienden a desplazarlos en su función de cercanía con el electorado, lo que los ha convertido en actores centrales de los procesos electorales. (IFE, 2000)

El problema que observa en este contexto es la unilateralidad y autoritarismo con que actúan las cadenas televisivas mexicanas, que difunden mensajes políticos incluso en programas donde el contenido es supuestamente de entretenimiento y que imponen su lógica de tiempo e imagen (e incluso maquillaje) a los partidos políticos y a sus candidatos, por lo que considera que la intervención del IFE para regular la función de los medios, entre las que están medir el tiempo que se dedica a cada candidato, es fundamental para propiciar contiendas más equitativas, aunque los medios se resistan y sigan mostrando y tratando de difundir su "incultura política".

El autor también ha examinado el papel que los medios han tomado en las democracias contemporáneas, donde se han convertido en factores de poder que incluyen sus intereses a la agenda pública, por lo que pueden ser considerados incluso como limitantes para este desarrollo democrático y, en consecuencia, para la gobernabilidad, de ahí el término de "mediocracia" que utiliza constantemente. En este sentido, menciona que si bien los medios

ya no tienen un control total de la audiencia, como se consideraba anteriormente, siguen siendo un factor de influencia relevante que se muestran a sí mismos como apoderados, o incluso suplantadores, de la opinión pública para adjudicarse más poder del que pueden ejercer sobre la sociedad. (Trejo Delabre, 2009a)

Considera que esta situación es propiciada en México por la falta de competencia en el negocio mediático, particularmente de la televisión, y donde la pluralidad temática es prácticamente nula. Por ello, sugiere que se requiere, por un lado, una ciudadanía más informada y participativa de los asuntos públicos; un Estado más exigente con la responsabilidad pública de los medios de informar y propiciar el debate con la sociedad; y por otro, medios de comunicación concientes de su papel de facilitadores de la apertura democrática del país y de propiciar condiciones adecuadas para la gobernabilidad.

Es así que en un trabajo posterior analiza la eficacia de la reforma electoral de 2007 en torno a la participación de los medios de comunicación en la comunicación electoral y la desinformación que han propiciado las dos cadenas televisivas del país como reacción ante los cambios legales que disminuyeron su negocio en periodos electorales. Explica que el nuevo modelo de comunicación política planteado en la reforma de los artículos 41, 6 y 134 constitucionales y la consecuente renuencia de los medios a acatar las nuevas disposiciones puso en evidencia el poder que éstos han adquirido y el poco control que el Estado ha ejercido sobre ellos, por lo que considera que no es posible modificar este nuevo esquema de comunicación política y que una contrarreforma que reinstale el estado anterior de compra y venta indiscriminada de espacios televisivos por parte de grupos políticos sería una regresión para el avance democrático del país. (Trejo, 2009b)

Finalmente mencionaremos el análisis propuesto por Aimeé Vega Montiel, quien ha elaborado trabajos que se inscriben en el campo de la comunicación política por los temas que presenta, como el desarrollo que esta disciplina ha tenido en el país, donde destaca que el avance democrático ha ido de la mano de la incorporación de distintas técnicas de comunicación al quehacer político, con lo que concluye que ha aumentado el nivel de participación ciudadana al hacerse más visible a través de las encuestas y sondeos de opinión. (Vega, 2003)

El siguiente artículo que retomamos de la autora es el que realizó para comprender la relación que se presenta entre la comunicación política y las mujeres, entendidas como un sector de la población desatendido en el contexto de un país que no cuenta con condiciones que propicien una equidad entre géneros en cuanto al destino de los mensajes políticos. Considera que esta inequidad impide un ejercicio pleno de la ciudadanía por parte de las mujeres y no propicia el aumento de su participación política. Explica que en la política la normalidad se asume desde lo masculino y excluye a las mujeres del espacio público, por lo que se maneja en México una “comunicación política androcéntrica” que para ser más plural requiere de estrategias que motiven el cambio en las instituciones mediáticas para eliminar la discriminación que evita la participación política de las mujeres. (Vega, 2008)

Con el recuento de los trabajos presentados de diversos autores podemos observar que se ha realizado en el país un gran esfuerzo por ampliar el campo de la comunicación política y contextualizarlo a las características de cada momento coyuntural. Las propuestas de análisis presentadas son una muestra de la diversidad de enfoques que ofrecen los estudios de comunicación política y ponen de manifiesto la necesidad de seguir desarrollando análisis en este campo para comprender la forma particular que esta disciplina está tomando en el país.

III. Contexto nacional

3.1. Democracia en México

El llamado proceso democratizador en el país ha tenido un largo tramo que recorrer. Su

Si bien es cierto que las condiciones que propiciaron el derrocamiento histórico del régimen que gobernó por más de setenta años al país se empezaron a gestar con los procesos electorales de la década de los ochenta, con la alternancia de partido en el poder en el año 2000 se modificaron de manera visible las relaciones entre el Estado, los partidos, la ciudadanía y los medios de comunicación, con lo que ya se puede hablar de un sistema con rasgos democráticos.

Varios autores sostienen que México ya se ha logrado consolidar como un sistema democrático, donde existe un nivel superior de libertad de expresión, mayor participación de la sociedad en asuntos públicos y competencia más equitativa en los procesos electorales, aunque el tema de la transparencia es aún limitado, lo que sin duda ha cambiado la vida política nacional, pero cuando se realiza un análisis estructural más profundo de las condiciones del país, notamos que la estabilidad democrática es frágil y constantemente se ve amenazada por manifestaciones autoritarias que reflejan el pasado opresor que no se ha podido superar por completo. Por eso, para comprender la disposición actual del país es necesario realizar algunas precisiones históricas y conceptuales.

Todo sistema político se integra por tres elementos torales: un sistema de gobierno, un sistema de partidos y un sistema electoral. Iniciaremos mencionando el sistema democrático como el tipo gobierno adecuado para las necesidades actuales de la sociedad. Si partimos desde una perspectiva puramente política, tenemos entonces que la democracia se considera actualmente como el sistema de gobierno más incluyente, pues garantiza la separación de los tres poderes; la celebración de elecciones periódicas, libres y secretas; la

existencia de varios partidos políticos, organizaciones y corrientes de opinión, y el respeto a las garantías individuales.

Sin embargo, el camino que México ha recorrido para llegar, en la medida de lo posible, a tener un sistema democrático ha sido largo y sinuoso, pues si bien se puede decir que se cuentan con los elementos básicos necesarios para considerar al régimen democrático, su cabal cumplimiento ha estado en muchas ocasiones alejado de los ideales de este sistema político.

Iniciemos brevemente recordando un suceso importante en la historia del desarrollo político del país: el movimiento estudiantil de 1968, el cual reclamaba la entrada en vigor de las condiciones básicas democráticas, lo que representó una afrenta directa contra el régimen, que no lo pudo controlar y la única salida que encontró fue la represión violenta. Este hecho ponía de manifiesto que la sociedad percibía la necesidad de un cambio en la forma de hacer política, por parte del Estado, y de la participación de la ciudadanía, y en consecuencia surgieron movimientos disidentes en todos los sectores del país, los cuales veían como única opción de cambio el propiciado por las armas.

Otro hecho que podemos tomar como antecedente son las elecciones presidenciales de 1976, que fueron un simple formalismo, pues el único candidato registrado fue José López Portillo, lo cual expresa claramente la existencia hasta entonces de un régimen de partido hegemónico, donde el Partido Revolucionario Institucional (PRI), el partido de Estado, no tenía competencia real, a pesar de la existencia de otros organismos partidistas.

El PRI logró mantener el control político del Estado por tantos años debido a que toda la estructura del régimen estaba diseñada para que abarcara prácticamente todos los ámbitos de la sociedad. Además, la realidad electoral era débil y meramente formal, y servía para mantener y proteger a la coalición gobernante. Por otro lado, la realidad se hacía más compleja y requería de una mayor pluralidad, por lo que un solo partido no podía representar todos los proyectos que surgían.

El año de 1977 marca una fecha importante en México, pues con la implementación de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE) que reformó y modificó el Congreso de la Unión, se empezaron a consolidar los partidos políticos, a partir de cuatro condiciones nuevas: la creación de diputados de representación proporcional, registro condicionado, financiamiento público y prerrogativas a los partidos, y asistencia automática de los partidos con registro nacional a las elecciones, locales y municipales.

La LFOPPE resultó especialmente atractiva para la mayoría de partidos y grupos de oposición, pues les ofrecía una serie de beneficios superiores a los de que les hubiera concedido cualquier otra reforma anterior. Los subsidios económicos que contemplaba eran parte importante de su contenido, pero un elemento fundamental es que abrió la posibilidad para que la oposición obtuviera niveles de representación en la Cámara de Diputados muy superiores a los que tenía en el antiguo sistema de diputados de partido.

Esta reforma político-electoral de 1977 propició la apertura para otras ideologías políticas, y declaró a los partidos políticos como entidades de interés público, por lo que se les reconoció como personalidades jurídicas. A corto plazo se pretendía que esta reforma diera legitimidad a la nueva presidencia y propiciara un consenso con los distintos sectores del país, sin embargo, a largo plazo tuvo la función de sentar las bases para una verdadera transformación. Como ejemplo de ello, en 1978 el Partido Demócrata Mexicano (PDM), el Partido Comunista Mexicano (PCM) y el Partido Socialista de los Trabajadores (PST) obtuvieron su registro, aunque condicionado, con lo que se abrían otras opciones políticas e ideológicas.

La consecuencia inmediata que provocó esta reforma fue la recuperación de legitimidad por parte del sistema electoral, la cual había perdido ya muchos años antes, esto debido a que se trató de una reforma amplia, completa y atractiva para los grupos políticos minoritarios.

Una forma de entender a la transición mexicana es verla como la encargada de sentar las bases para la democracia a través de la reforma electoral, y en consecuencia de los partidos políticos, los cuales debían transformarse para ofrecer opciones reales a la ciudadanía, la cual también debía fortalecerse y reflejar sus decisiones mediante el voto.

En este sentido, la transición se puede apreciar como un trayecto que parte de un gobierno autoritario y pasa por varias fases, como un esfuerzo político por instalar instituciones democráticas y hacerlas funcionar en contextos en las que no estaban en práctica (Becerra, Salazar y Woldenberg, 2000: 26). Sin embargo, este proceso es gradual y no se basa en la fuerza, es más bien un cambio negociado por todos los actores donde se establecen compromisos bien definidos.

Otra idea es que la transición no es un esquema preconcebido; no es el proyecto de un grupo ni de un partido; no tiene un protagonista privilegiado ni sujeto único; no es una fecha, una coyuntura, un episodio y mucho menos una campaña electoral, por importante que sea. La transición es la suma de todo eso y mucho más (Woldenberg, 2002: 21)

La política democrática que se intentaba establecer tenía la misión de consolidar el desarrollo de los partidos políticos, por un lado, y por otro crear leyes e instituciones reguladoras de su competencia, esto era lo opuesto a las condiciones hasta entonces presentes de prácticas fraudulentas y falta de opciones políticas. La ventaja que tenía el país es que en la Constitución de 1917 ya estaban plasmados los principios democráticos, y ahora sólo faltaba echarlos a andar.

Así, los cambios en el terreno electoral propiciaron cambios visibles en otras esferas, como la existencia de diferentes opciones políticas que representaban otros sectores sociales, la clara división de los poderes debido a la presencia de otros partidos al Congreso, cambio en los gobiernos de los estados que ya no eran designados desde el centro, la cultura política e incluso la postura internacional.

Desde los estados también se impulsó la transición, pues comenzaron a emerger liderazgos locales que introdujeron nuevos temas en la discusión nacional. La competencia electoral real y la alternancia se dieron primero en los gobiernos municipales y después en los estatales, pues en 1989 el Partido Acción Nacional (PAN) obtuvo la gubernatura del estado de Baja California, por lo que el cambio vino desde la periferia.

Sin embargo, este lento proceso de transformación no estuvo siempre en ascenso, pues en 1988 sufrió una baja en la confianza que se empezaba a adquirir en los partidos y los instrumentos electorales, por lo que se hizo necesaria una modificación radical de las instituciones y leyes electorales. Como consecuencia de ello, entre 1989 y 1990 se crea el Instituto Federal Electoral (IFE) como un organismo autónomo encargado de vigilar la transparencia en los comicios; se aprueba el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE); se sustituye al Tribunal de lo Contencioso Electoral por el Tribunal Federal Electoral (TFE); y se adiciona el Título XXIV al Código Penal, el cual incluía los delitos electorales.

Entre 1988 y 1994, las instituciones que servía de sustento a la presidencia caracterizada por ser autoritaria, como secretarios, gobernadores, sindicatos, etc., no pudo mantener su lógica de acción y por ello la presidencia no pudo volver a la misma dinámica, también tenía que transformarse.

Así, en su toma de posesión en 1994, Ernesto Zedillo Ponce de León propuso el Acuerdo Nacional para la Democracia, el cual comprendía cinco puntos: 1) una política de apertura; 2) un compromiso para perfeccionar los procedimientos electorales; 3) la garantía de transparencia en las elecciones; 4) la actualización del régimen de partidos; y 5) la modernización de las prácticas de los actores políticos.

Asimismo, en 1994, después de la incertidumbre generada por la aparición pública del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y del asesinato del candidato del PRI a la presidencia, Luis Donaldo Colosio, brotó la necesidad de multiplicar la confianza en el proceso electoral, y todos los partidos estaban abiertos a la negociación y la cooperación. Además se puso en la mesa el tema de las finanzas de los partidos, tema controversial hasta la fecha.

Fue hasta 1997 cuando en la Cámara de Diputados no existía una mayoría absoluta, con lo que el partido de Estado empezaba a perder fuerza, y ya se podía hablar de un "Estado de partidos". Pero existen otros problemas que no han sido atendidos con tanta solicitud como se hizo con la reforma electoral, esto es, las condiciones para la existencia de un gobierno

eficaz en una nueva realidad institucional, pero dentro del paradigma democrático. Este tema también deberá ser sujeto de negociaciones en un futuro no lejano.

Otra consecuencia de la transición por la vía electoral es la alternancia política, tal como sucedió en 2000 con la llegada de un partido distinto del PRI a la presidencia, el PAN, la cual no resuelve muchos de los problemas estructurales, pero ofrece más alternativas y posiciona al país dentro de un sistema más democrático. El desafío de la alternancia de 2000, en cambio, reveló otros problemas por resolver, particularmente el del ejercicio legítimo del poder y las alianzas entre las élites empresarial y política.

Sin duda alguna, el año 2000 marca una fecha relevante en la historia del sistema político mexicano, pues este año los resultados de las elecciones federales rompieron con el monopolio del poder político que había detentado durante más de setenta años el partido hasta entonces hegemónico.

En este sentido, la transición debe centrarse también en la reforma del Estado, pues éste estuvo estrechamente vinculado durante muchos años a la estructura de poder del PRI, y su transformación debe estar alejada de cualquier partido si pretende ser realmente democrático, aunque debe existir un compromiso por parte de todos ellos para lograrlo.

Por otro lado, no debemos perder de vista que un sistema democrático moderno también centra su debate en temas como el comportamiento de los partidos políticos, el financiamiento de las contiendas electorales y la calidad de los medios de comunicación. Sobre ellos existen distintas posturas que tienden a igualarse, pero que aún no están resueltas.

3.2. Sistema de partidos

El siguiente sistema que es necesario conocer para entender la conformación actual del país es el de partidos. Aunque la democracia no se limite a una cuestión meramente electoral, es claro que sin la celebración de elecciones libres y secretas, donde haya competencia entre

distintos candidatos que representen alternativas de programas políticos y con igualdad de oportunidades para los contendientes, no se puede considerar a un sistema democrático. En este sentido, hay que considerar el binomio de acción que se crea entre los procesos electorales –por ser el vehículo para propiciar la representación política democrática– y los sistemas de partidos, que dan forma a la estructura en que se organizan dichos procesos. (Nohlen, 1999: 15)

En México, el sistema de partidos ha sufrido transformaciones graduales, las cuales es más fácil apreciar tomando cierta distancia temporal. Es así que el paso de un sistema de partido hegemónico a uno de competencia más plural se aprecia debido a la alternancia de partido de gobierno que se dio en la presidencia en el año 2000.

Sin embargo, existen elementos característicos del sistema de partidos mexicano que es preciso ir desmenuzando para entender la manera en que actualmente éstos se relacionan, tanto con los procesos electorales como con la consolidación de un modelo democrático. El primer punto a destacar es la filiación ideológica de los partidos, que desde los inicios de la época independiente había estado dividida en liberales y conservadores, herencia de las logias masónicas existentes en el país en esa época, con claras posturas en cada una. Después de la Revolución se fortaleció la ideología socialista como parte de la vida nacional, que orientó algunas de las gestiones de gobierno y para la promoción y consolidación económica y política del país. La ideología del partido era un elemento esencial de sus programas de acción para la consecución de sus objetivos, pero que poco a poco se ha ido diluyendo, ostentándose en la actualidad sólo como arquetipos difusos que legitiman su existencia sin ser pilar de su quehacer político.

En lugar de ésta, lo que notamos en los partidos son tendencias en la forma de actura, que parten del centro, postura considerada históricamente moderada pero que en México se relaciona con la permanencia durante tantos años de un solo partido en el poder, y de ahí se dirige hacia la derecha, postura más conservadora, o hacia la izquierda, relacionada con una visión contestataria. Lo que en realidad existe en el país son partidos que se inclinan hacia una u otra postura, dependiendo del tema en cuestión, sin decidirse definitivamente a asumir un lado.

El ejemplo de México es emblemático debido a la institucionalización que se hizo a partir de un movimiento social de una fuerza política que representaba muchas de las circunstancias que originalmente propiciaron la sublevación armada: autoritarismo, control político, permanencia en el poder, herencia familiar de los cargos, entre otros. La creación del Partido Nacional Revolucionario (PNR), posteriormente Partido de la Revolución Mexicana (PRM) y finalmente PRI, tuvo la intención de recoger los ideales revolucionarios de inclusión, pluralidad y antirreelección, y se pretendía cubrir todo el territorio nacional para dar oportunidad a la gente de unirsele.

El prestigio del que aún gozaban los dirigentes del partido, que habían participado de manera directa en el movimiento revolucionario triunfante, propició que prácticamente todo el país tuviera la intención de pertenecer a él, con lo que se extinguieron de la escena pública los partidos que habían surgido como oposición al gobierno porfirista por disolución o por integrarse a esta nueva fuerza política. La capacidad que tuvo el partido para cubrir prácticamente todo el territorio nacional y todos los sectores de la población (campesino, obrero, popular y militar) fue contundente para su consolidación. Sin embargo, en términos de pluralidad, fue un factor que impidió la creación de otros grupos políticos que representaran posturas diferentes y que pudieran captar militantes que siquiera consideraran visiones de gobierno distintas.

La enorme base ciudadana que logró aglutinar el PRI, apoyada en caudillos locales y regionales, permaneció vigente durante muchos años con la única diferencia de la expulsión del sector militar que, ya más institucionalizado, debe ser formado como un sector apartidista para evitar su respaldo en conflictos armados por el control del poder. Aunque desde el término de la Revolución hubo sectores de oposición al gobierno federal con fuerte arraigo local, su organización en partidos políticos era más limitada, aunque los requisitos para constituirlos eran muy sencillas, y no eran considerados verdaderos rivales en las contiendas electorales, que ahora se celebraban con mayor entusiasmo pero con los mismos resultados de antes del movimiento. Este fue el caso del Partido Acción Nacional, fundado en 1939 gracias al apoyo de la Unión de Estudiantes Católicos, que no representaba una fuerza contundente para las elecciones presidenciales del siguiente año.

En 1940 surgió el Partido Revolucionario de Unificación Nacional (PRUN) que representó la primera oposición relativamente peligrosa a la presidencia de la República por la gran cantidad de gente que logró reunir. Por esta razón, al siguiente año se modificaron los requisitos para registrar un partido político, aumentando de 100 a 30,000 el número de personas que debían estar inscritas en sus filas.

Debido a las transformaciones mundiales y el influjo de movimientos socialistas, en México inició la conformación de partidos de oposición con ideologías socialista-marxista en los años 60, que empezaron a ofrecer propuestas diferentes a las del PRI pese a contar entre sus filas con algunos disidentes de éste. Desde entonces y hasta las elecciones presidenciales de 1976 los partidos registrados eran: PAN, PRI, Partido Popular (PP), Partido Popular Socialista (PPS) y Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM). (Museo Legislativo, 2004)

Los partidos de oposición al partido hegemónico, el PRI, fueron adquiriendo desde entonces mayor presencia nacional y más espacios en gobiernos locales o curules en el Congreso, pero sus opciones de acceso al Poder Ejecutivo fueron limitadas en continuas ocasiones por el propio gobierno, que no tenía intención de truncar su continuidad en la presidencia, mediante reformas electorales, coerción a sus dirigentes o militantes, o por acciones violentas e ilegales durante las jornadas electorales.

La pluralidad partidista fue por ello difícil de alcanzar, y después de las cuestionadas elecciones de 1988 y 1994, lo que surgió en el país fue un modelo tripartidista a nivel nacional, donde la presencia política nacional se centra en tres institutos políticos: el PRI, el PAN y el PRD (surgido en 1989 a partir de la Corriente Democratizadora del PRI y con la mayoría de la base militante del Partido Mexicano Socialista). Este modelo no excluye la existencia de otros partidos políticos, cuya permanencia o acceso a puestos de elección popular depende en gran parte de su alianza con los partidos centrales. Tal es el caso del Partido Verde Ecologista de México, con registro desde 1991 pero que ha dependido de alianzas con los tres partidos más fuertes para mantener su registro hasta la fecha.

A nivel estatal la situación puede ser muy diferente, pues además de este modelo tripartita, se pueden encontrar localidades donde solamente son dos los partidos dominantes, e

incluso, en pleno Siglo XXI, aquellos donde el mismo partido hegemónico sigue acaparando el poder y las funciones públicas.

En este sentido, el sistema de partidos en México presenta otra característica: su funcionamiento a partir de recursos públicos, lo que los obliga a rendir cuentas y transparentar su funcionamiento interno a la sociedad, pero sólo lo hacen ante el órgano regulador electoral (Instituto Federal Electoral) y aún su cumplimiento y veracidad quedan en duda, pues actualmente prima la percepción de éstos como posibles negocios para sus dirigentes, lo que los aleja de su función social. Por esta razón, se observa un debilitamiento de los partidos como instituciones encargadas de representar a segmentos de la población que se les une a partir de sus propuestas políticas y cuya participación parece limitarse a los periodos electorales, con lo que debilitan el sistema democrático y crean vínculos volátiles con la ciudadanía, lo que demerita su participación en asuntos públicos y aumenta su desconfianza en los asuntos políticos. La existencia de más partidos políticos, aunque ofrezcan propuestas diversas a la población, si se mantienen con estas características no representan un avance en el sistema democrático.

En México, la modificación que se presenta en la actualidad en la relación entre partidos y gobierno es mínima; aunque se reconoce que el surgimiento de opciones políticas para la ciudadanía ha transformado el sistema de partidos y que éstos han jugado un papel importante en el proceso democratizador del país, aún están pendientes las tareas originales de este tipo de organizaciones: la representatividad, la propuesta real de soluciones a los problemas del país, la legitimidad en su acceso a los puestos de elección popular y la inclusión de sus militantes en la toma de decisiones. Tal vez la continua transformación tecnológica y el aumento en la cultura política de la sociedad modificará en un futuro no muy lejano la función de los partidos políticos por no ser más los únicos canales de mediación disponibles entre ciudadanía y gobierno.

3.3. Sistema electoral

El análisis de los sistemas electorales, dentro de un sistema político, es relevante porque se relaciona directamente con el acceso al poder y la posibilidad de la ciudadanía de elegir a sus representantes. Entonces, en un sistema democrático el voto adquiere mayor relevancia y por ende, el sistema electoral debe consolidarse para coadyuvar al tránsito democrático. Sin embargo, para no caer en reduccionismos conceptuales debemos entender que en sí misma la mera acción de votar no implica que automáticamente se esté en una democracia, hay otras variables que intervienen en este proceso, de ahí la importancia de la relación con los otros sistemas antes mencionados.

Entonces, el primer requisito para que un sistema electoral se considere democrático es la competencia que surge en su interior. En el caso de México, como ya se mencionó, ésta se empezó a dar hasta finales del Siglo XX, y aunque en la actualidad ya existen más opciones políticas en forma de partidos, no se puede asegurar que existe una completa competencia, debido al peso que aún tiene el partido que estuvo en el poder durante tantas décadas. Se puede decir entonces que en este primer punto, el país sí ha logrado avanzar de un sistema sin competencia, a uno semicompetitivo, donde la participación ciudadana es cada vez más activa.

El siguiente aspecto central en un sistema electoral es el derecho al sufragio. Un sistema democrático implica la existencia de un sufragio universal, donde todas las personas con calidad de ciudadanas puedan acudir a las urnas a emitir su voto. En México, el acceso de la mujer al voto se logró hasta 1953, sin embargo, esto no ha implicado su pleno acceso a la vida política, pues a pesar de constituir un porcentaje mayor de población, su presencia en puestos públicos aún no se equipara al de su contraparte masculina. Por otro lado, la calidad de ciudadanía implica una serie de requisitos administrativos que no se han podido cumplir a cabalidad en todo el territorio nacional, tal como el registro ante el órgano de regulación electoral, pues aún hay sectores de la población, particularmente de zonas rurales y apartadas, que no se encuentran en el padrón electoral.

Ahora bien, por un lado está el derecho ciudadano, contemplado en la Constitución, de sufragar, pero del otro tenemos la cultura política, cuyos niveles en México son bajos y que demuestran la apatía que siente un gran segmento de la población hacia las tareas electorales. Por ello, los niveles de abstencionismo siguen siendo altos, y cuando se habla de elecciones donde ha habido mayor participación en las urnas aún así apenas rebasa la mitad de las personas registradas en el padrón electoral; como en la elección de 1994, considerada hasta la fecha la más concurrida por electores, alcanzando 63.94% de participación, seguida de la de 2006, con 58.55% de participación ciudadana. (El Universal, 03/07/2006)

En términos de representatividad, los sistemas electorales pueden ser de mayoría, de proporcionalidad o mixtos. Estos tipos son aplicables para la constitución de algunos poderes. En México, el principio de mayoría se aplica en la elección de presidente de la República, así como a la conformación del aparato legislativo, en la parte correspondiente a los 300 puestos disponibles por este principio (donde cada uno corresponde a la división territorial por distritos en todo el país). El procedimiento consiste en realizar la contabilidad directa de votos para cada partido en el momento de la elección, lo mismo que en la elección presidencial, gana aquel que obtenga el mayor número de votos.

En cuanto al principio de representación proporcional, éste tiene su origen en los sistemas europeos del Siglo XVIII que pretendían lograr una mayor injerencia de la sociedad en el parlamento y evitar el acaparamiento de todos los puestos legislativos por un solo partido. La Cámara de Diputados mexicana cuenta con 200 puestos para este principio, y el reparto se hace de acuerdo a las proporciones de votos obtenidos por cada partido en la elección, es decir, de acuerdo a este principio todos los partidos obtienen escaños plurinominales en el Congreso, excepto aquellos que no alcancen el porcentaje mínimo de votos estipulado en la legislación electoral para mantener el registro.

Tenemos así que el sistema mexicano es en realidad un sistema mixto, pues combina ambos principios de representación: el de mayoría para los puestos del Poder Ejecutivo de los tres niveles: presidente de la República; gobernadores y Jefe de Gobierno (en el D.F.) y presidentes municipales y jefes delegacionales. También se aplica en el Poder Legislativo para los 300 puestos de mayoría relativa en la Cámara de Diputados, para 64 del Senado y

691 de los Congresos locales de todo el país (distribuidos en cada uno de acuerdo al porcentaje de población). Por otro lado, el principio de representación proporcional se aplica para la designación de los 200 puestos por este principio en la Cámara de Diputados, 64 en la Cámara de Senadores y 445 diputados locales, sumando los de todo el país. (Gil, 2011)

Dentro del sistema electoral también se contemplan los órganos encargados de su organización y vigilancia. El principal órgano electoral en México es el IFE, surgido en 1989 después de la reforma electoral propiciada por las elecciones presidenciales del año anterior, el cual se constituyó como una institución autónoma del gobierno para propiciar su correcto funcionamiento en la organización y fiscalización de los comicios electorales federales en el país. Esta autonomía alcanzó su punto culminante en el año 2000, cuando se presumía de una fortaleza democrática que había propiciado la alternancia del partido al frente de la presidencia. Sin embargo, nuevamente surgieron las dudas en la elección del 2006 y las reformas en materia electoral de 2007 han puesto en duda nuevamente dicha autonomía. La contraparte de este organismo es el instituto electoral que funciona en cada estado y el D.F. y que se encargan de organizar y administrar los comicios locales.

Está también el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Nación (TEPJN), máximo órgano jurisdiccional encargado de vigilar y sancionar, en su caso, las disputas en materia electoral. La participación del Poder Judicial en materia electoral tiene la intención de garantizar la equidad en las contiendas y, si se presentan impugnaciones a los resultados, resolverlas y administrar justicia. Del mismo modo que este órgano opera a nivel federal, cada estado y el D.F. cuentan con su propio Tribunal Electoral.

Otro elemento es el proceso electoral, que consiste en llevar a cabo elecciones de manera periódica para que la ciudadanía elija a sus representantes en los poderes Ejecutivo y Legislativo. El proceso inicia un año antes de la elección para comenzar a preparar la logística de la jornada electoral, que implica la capacitación de los funcionarios de casilla; la constitución de los consejos locales y distritales, que se conforman en conjunto con funcionarios de los institutos electorales y la ciudadanía, lo que permite dar legitimidad al proceso; el registro de los candidatos; los tiempos de campaña; la vigilancia el día de la elección; la recepción de paquetes electorales; el conteo de votos y la declaración de los

resultados de la contienda electoral. El proceso culmina el dictamen y declaración de validez de la elección y con la entrega de la constancia a los nuevos representantes electos por la ciudadanía.

Hasta antes de la reforma electoral de 2007 las fechas de los comicios locales diferían de los federales y prácticamente había elecciones todo el año en el país. Esto se cambió porque implicaba un desgaste de la población en torno a la difusión de propaganda electoral y disminuía la participación, por lo que desde entonces las fechas se modificaron para que coincidieran entre la de varios estados y las federales.

La atadura existente entre los partidos políticos y los procesos electorales en el país se remonta a la Ley Electoral de 1911. Las leyes electorales desde entonces se han modificado pero este vínculo se ha fortalecido, particularmente con la ampliación que ya se mencionaba de partidos que contienden por el poder político.

La modificación de las normatividades electorales responde a varios propósitos; el primero se relaciona con la necesidad de dar legitimidad a todo el sistema electoral mediante la elevación a rango jurisdiccional de las pautas que se deben seguir, de esta manera también se establecen los parámetros de actuación de todos los actores: partidos políticos, órganos electorales; ciudadanía y medios de comunicación. Pero las reformas a las reglas electorales también responde a necesidades temporales de la sociedad, en continua transformación, o a intereses de algunos actores cuya influencia se ha podido constatar en las reformas en esta materia.

Por su trascendencia en el estado actual del sistema electoral mexicano mencionaremos algunas de ellas. En 1990, durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, se creó el COFIPE, el cual estipulaba la actuación de cuatro nuevas instituciones electorales: el IFE, el Registro Federal de Electores, el Servicio Profesional Electoral y el Tribunal Federal Electoral. La pasada elección presidencial puso en evidencia algunas lagunas del Código en materia de arbitraje político, por lo que la reforma realizada entre 2007 y 2008, que contempla una modificación en el acceso de los partidos a la contratación de publicidad en medios de comunicación, una reglamentación más estricta de las precampañas, el cierre a la

intervención gubernamental en la propaganda electoral, el seguimiento de los contenidos de la publicidad electoral para evitar campañas negativas. Además se hicieron cambios en la integración y funcionamiento de las casillas electorales y en los formatos de las actas de escrutinio y cómputo donde se registran los resultados de cada casilla.

Después de la elección intermedia de 2009 se puede concluir que las reformas en materia electoral han propiciado que el IFE tenga mayor responsabilidad en el control y vigilancia de los procesos; sin embargo, el hecho de que también se haya creado una oficina para el control interno del instituto, no le brinda mayor autonomía, por el contrario, parece supeditarle nuevamente a los intereses de los partidos políticos, pues son los legisladores quienes designan tanto al Consejero Presidente como al Contralor Interno.

En cuanto a las campañas, podemos decir que éstas se realizan por los candidatos a puestos de elección popular que son propuestos por algún partido político y con las cuales se pretende convencer al electorado de que cada uno es la mejor opción para gobernar. Es por ello que la oferta política que realizan debe tener en cuenta las necesidades de la población, el contexto del lugar y los ideales de la sociedad.

La difusión de la campaña en los medios de comunicación generalmente responde a las filiaciones ideológicas del propio partido, sin embargo, ésta se inscribe a las reglas establecidas en la legislación electoral que determina el acceso de cada candidato a los medios de comunicación, la distribución de los tiempos y la ética de los mensajes.

En todo este proceso de transformación, los medios de comunicación han tenido una participación importante, pues notamos cómo su forma de presentar los acontecimientos políticos se acerca cada vez más a la ciudadanía y se aleja de las tendencias dictadas por el propio gobierno. Por esta razón es que existe una mayor difusión de las campañas electorales de todos los partidos contendientes.

La paulatina apertura de los medios de comunicación, incluso la televisión, más limitada en la forma de presentar la información que otros medios debido a la cercanía que tiene con los grupos de poder político, ha tenido que ser más plural en la cobertura de los sucesos y

resultados de los procesos electorales, en gran medida por las modificaciones a las disposiciones electorales que les imponen otra forma de actuar, pero también por la creciente demanda ciudadana que exige contenidos más neutrales e imparciales.

En este sentido, lo importante en un régimen democrático no es que todos los medios sean críticos y objetivos, sino que tengan una total libertad de expresión y que existan distintas opciones informativas, lo que propicie a su vez un más fácil acceso de parte de la población a la información, con el fin de que formen su propio criterio y amplíen su cultura política.

Dentro del marco de los regímenes democráticos, o los que pretenden serlo, la relación entre comunicación y política ha creado el espacio particular de la **comunicación política**, que surge como campo de estudio para tratar de explicar esta reciprocidad, donde las técnicas de la comunicación son utilizadas por la política para acercarse a la ciudadanía, transmitir sus mensajes y lograr sus objetivos.

Ahora bien, la comunicación política tiene un especial interés en la dinámica de los periodos electorales, caracterizados por el enfrentamiento que se da entre los distintos candidatos mediante sus discursos y donde las técnicas de la comunicación son utilizadas en abundancia.

Las características que deben cumplir las campañas electorales, entre las que se encuentra la exposición que todo candidato debe hacer de los programas y acciones fijados en la propia plataforma electoral que ha registrado, se establecen en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE). Sin embargo, las técnicas comunicativas y las estrategias discursivas empleadas tanto en la propaganda electoral como en los actos de campaña, que en los últimos procesos electorales han tenido que ser más audaces e innovadoras, dependerán de los objetivos y estrategias de campaña de cada candidato.

Del mismo modo, los mensajes se modifican dependiendo de la audiencia a la que van dirigidos, por lo que las estrategias discursivas serán distintas durante las campañas electorales, así como la forma de acercarse a la ciudadanía y los propios contenidos del discurso. En una democracia con gran participación de los medios de comunicación, las

campañas se pueden considerar más que una difusión de la oferta política, como una puesta en escena de las mejores estrategias comunicativas para convencer a los electores.

En este panorama, resulta llamativo analizar más detalladamente las estrategias discursivas, así como las técnicas comunicativas, utilizadas por los candidatos en sus mensajes durante los procesos electorales, las cuales determinan en gran medida la relación que éste puede establecer con el electorado y la posibilidad de que resulte electo al cargo público por el cual contiende.

Por otro lado, este primer análisis se puede enfocar a un lugar y campaña electoral específicos para posteriormente compararlo con la dinámica general en el resto del país. Este tipo de estudios son pertinentes para ampliar el campo de estudio de la comunicación política, la cual incluye dentro de sus enfoques el análisis de contenido de los mensajes que se encuentran en un determinado espacio, representado por un proceso electoral.

IV. Configuración de Quintana Roo

4.1. Un estado joven

Quintana Roo se reconoce como un estado turístico, por el tipo de actividades que ahí se desarrollan y por sus “exóticos” parajes naturales pero no destaca por otro tipo de actividad económica; además, dada la lejanía que ha tenido del centro del país, no sólo geográfica sino histórica y política, se percibe como aislado y hasta incomprensible en algunos aspectos. Por ello, me parece que para entender un poco más la situación actual del estado debemos tener en cuenta sus antecedentes históricos, la conformación de la identidad de su población y su devenir político.

La historia del estado se remontan a la época prehispánica, cuando la cultura maya tenía el control de un territorio agreste pero rico en recursos naturales. Algunos historiadores consideran que la sobrepoblación, el agotamiento de recursos y las guerras entre comunidades por el control territorial provocaron el abandono de los centros urbanos mayas, por lo que a la llegada de los españoles a América lo que existía eran pequeños grupos de pobladores dispersos en varios puntos de la selva.

Durante el largo periodo colonial el territorio de los actuales estados de Yucatán, Campeche y Quintana Roo permaneció como uno solo, denominado como la Capitanía General de Yucatán. La actividad económica de la Península se desarrolló lentamente debido a la resistencia opuesta por los indígenas a la conquista española, y se centró entonces en las haciendas henequeneras y ganaderas y en los intercambios comerciales que arribaban a Campeche, razón por la cual este puerto fue asolado por los piratas europeos; sin embargo, el territorio más meridional se mantuvo deshabitado por los colonizadores –en él sólo permanecían los habitantes originales de las comunidades mayas relegadas– y servía de guarida a bandidos y rebeldes de la época. (Torres, 2000) Después del movimiento independentista el lugar fue conocido por el nombre del estadista yucateco Andrés Quintana

Roo quien, junto con su esposa Leona Vicario, tuvo una participación destacada en el proceso.

Durante el periodo porfirista se dio fin a la guerra de castas, también conocida como guerra social maya, –movimiento rebelde indígena que surgió de 1847 a 1904 como resultado del trato inhumano que sufrían por parte de caciques y hacendados establecidos en la Península de Yucatán y que involucró a los gobierno de México, España, Gran Bretaña y Estados Unidos–, con lo que se dividió al territorio en tres entidades, siendo Campeche y Yucatán los más representativos por la histórica rivalidad entre sus ciudades por el control de la región. El propósito de Díaz de establecer un nuevo territorio federal en la región también tuvo la intención de debilitar las intenciones separatistas yucatecas, que antes de la época independiente se constituyeron como República pero fueron reincorporados posteriormente al territorio nacional.

Quintana Roo fue creado oficialmente en 1902 por decreto de Porfirio Díaz, quien utilizó a la nueva entidad como prisión política donde los opositores al régimen debían cumplir condenas de trabajos forzados para comenzar la explotación de recursos naturales de la zona. Sin embargo, esta condición de entidad federativa no se mantuvo constante. En 1913 Venustiano Carranza, en plena lucha revolucionaria, volvió a incorporar el territorio al de Yucatán, para tener el control del tráfico de las armas usadas en la lucha armada provenientes de Belice. En 1931 fue nuevamente incorporado a Yucatán por presiones de grupos de Campeche y Yucatán, que argumentaban la falta de producción económica que justificara la erogación de recursos federales. Los integrantes del Comité Pro-Territorio, formado por colonizadores que habían inmigrado al estado de lugares contiguos y del Medio Oriente en la búsqueda de la explotación de nuevos espacios, se organizaron para impedir el control de Yucatán sobre la zona y defender sus intereses económicos. Finalmente, en 1935, durante el gobierno de Lázaro Cárdenas, otorgó nuevamente a la categoría de territorio federal y los límites territoriales establecidos son los mismos que prevalecen hasta la fecha.

El desarrollo económico del estado se basó entonces en la explotación forestal, el comercio fronterizo, la ganadería y la pequeña industria de la capital, Chetumal, que no podía sobresalir debido al azote de varios huracanes, después de los cuales la recuperación de

infraestructura era muy lenta. Esta situación se mantuvo estable durante muchos años, hasta que en 1967 el presidente Gustavo Díaz Ordaz nombró a Javier Rojo Gómez al frente del gobierno. Se hicieron a partir de entonces esfuerzos por ampliar la infraestructura de comunicaciones hacia la zona, incentivar el sector primario y comenzar la explotación turística, hasta entonces limitado en el país.

A la llegada de Luis Echeverría Álvarez a la presidencia de la República (1970) el entonces gobernador fue ratificado, pero murió el mismo año; lo sustituyó David Gustavo Gutiérrez Ruiz, bajo cuya gestión se logran reunir los requisitos establecidos en la Constitución para ser un estado autónomo, es decir, ya se tenían una población mínima de 80 mil habitantes, ingresos propios para cubrir los gastos de administración pública, infraestructura agrícola, industrial, comercial y educativa. Es así que el 8 de octubre de 1974 el Congreso de la Unión decretó la creación del estado libre y soberano de Quintana Roo, el número 31 de la Federación. Un mes después se eligió el primer Congreso constituyente y un año más tarde se promulgó la Constitución del Estado.

La conformación del estado entonces incluía siete municipios: Othón P. Blanco, Felipe Carrillo Puerto, José María Morelos, Cozumel, Isla Mujeres, Lázaro Cárdenas y Benito Juárez. La futura explotación turística del lugar hacía necesaria una gestión propia, por lo que en marzo de 1975 se convocó a las primeras elecciones para gobernador constitucional, siendo Jesús Martínez Ross el elegido para tal cargo.

La idea de empezar a impulsar al turismo como una actividad económica surgió en el gobierno de Díaz Ordaz, para lo que se encomendó a Pedro Dondé, funcionario del Banco de México, realizar estudios de mercado en varios sitios del país para determinar los lugares donde se desarrollarían los nuevos Centros Turísticos Integrales (CTI). Los estudios realizados arrojaron en 1968 que los lugares indicados para el desarrollo era dos en Baja California Sur, dos en Oaxaca (Puerto Escondido y Huatulco), Akumal e Ixtapa. En Akumal ya se realizaban actividades turísticas debido a que se localiza sobre la costa justo frente a la isla de Cozumel. Sin embargo, Luis Echeverría Álvarez, entonces secretario de Gobierno, compró varias hectáreas de terreno en el norte del estado, por lo que convenció a los funcionarios del Banco de México para que el desarrollo se iniciara en la isla de Cancún.

Para iniciar el desarrollo de los CTI se creó al siguiente año el Fondo para la Promoción de la Infraestructura Turística (INFRATUR), cuyo primer director fue Antonio Enriquez Savignac, quien inició las gestiones con la Secretaría de Hacienda, con el Departamento Agrario, con algunos propietarios de tierras del norte, especialistas en estudios ecológicos y de fauna nociva, y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para iniciar en 1970 con la construcción de la infraestructura turística en Cancún. El diseño previó en 25 años la construcción del CTI en 7,000 hectáreas de tierra firme –de las cuales 2,000 correspondían a terrenos nacionales y 5,000 a ejidatarios de Isla Mujeres– con los 21,500 millones de dólares otorgados por el BID para la primera etapa. La propulsión que se dio a la construcción del destino turístico fue tan grande que para 1972 mientras en Cancún se contaban 400 habitantes, en los campamentos de obra había 6,000 trabajadores.

En 1974 se crea el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), en sustitución del INFRATUR, para dar mayor vitalidad al desarrollo turístico de todo el país debido a su capacidad de participar como fiduciario e inversionista en proyectos de Jalisco, Guerrero, Sinaloa y Quintana Roo.

Mientras el gobierno federal planeaba el desarrollo de los CTI en la isla de Cozumel, importante por su ubicación geográfica caribeña desde la época mesoamericana, ya se realizaban prácticas turísticas, de menor escala pero bien consolidadas, pues a ella arribaban, como hasta la fecha, cruceros provenientes de Europa y Estados Unidos, lo que permitió el desarrollo turístico en la isla, que tuvo un reflejo en otra: Isla Mujeres, donde vivía una pequeña comunidad de pescadores que recibían a las lanchas que provenían de Cozumel con turistas para pasar el día y volver en la noche a Cozumel y después al crucero.

Aunque el desarrollo se preveía turístico en Cancún y la consolidación política estaba en Cozumel, la capital del estado continuó en Chetumal por dos razones principales: su condición de frontera con la colonia inglesa de Belice, y su empuje económico por la actividad de intercambio comercial que ahí se daba por tratarse de una zona libre de impuestos, declarada así por Echeverría en 1973 para incentivar el arribo de inversiones hoteleras, a donde llegaban mercancías del exterior y de ahí se repartían al resto de la Península.

El impulso de la actividad turística propició un vertiginoso desarrollo de la economía de Quintana Roo, particularmente en la zona norte, que pasó de una economía denominada de enclave, es decir que depende de otras, como ocurría con Yucatán, a una enfocada al sector terciario con una gran producción de recursos a nivel nacional. La inversión para el desarrollo de Cancún demostró haber sido un acierto en términos económicos, pues el ingreso de divisas por concepto de turismo –de acuerdo con cifras de la Secretaría de Turismo del estado de enero a marzo de este año se tuvo una derrama de 1,810 millones de dólares, de los que solo Cancún aportó 998 (SEDETURQROO, 2012)– empezó a rendir frutos a los cuatro años de haber iniciado el arribo de visitantes.

Sin embargo, pese a haber sido considerado en el Plan Maestro de Desarrollo Integral (PDMI) un centro urbano en la parte continental aledaño a la zona hotelera, el crecimiento de éste ha sido desmesurado –claramente se observa cómo le sigue “ganando terreno” a la selva– y sin la previsión adecuada de infraestructura urbana. Aunado a esto, el crecimiento poblacional de Cancún es el más alto del país, y esto se debe principalmente a la migración interna y externa de gente que se incorpora a laborar en el sector turismo, lo que también ha elevado el número de empresarios en la localidad. La consecuencia de esta dinámica poblacional ha tenido por un lado la elevación de los servicios públicos y el establecimiento de salarios competitivos, pero por otro propicia una alta inflación y la denominación de “vida cara” en la zona debido a que no hay producción de los sectores primario ni secundario, por lo que los bienes básicos son traídos de fuera y eso eleva sus costos.

Con todo lo mencionado se puede concluir que las condiciones actuales del estado son completamente diferentes a las existentes en la década de los setenta, por lo que se puede hacer una clasificación de un Quintana Roo antes del desarrollo de Cancún y otro después. Aunque el turismo ha dado vitalidad no sólo al estado sino al país por la gran cantidad de divisas que se captan por este concepto, una visión centrada en esta actividad limita el desarrollo integral del estado –pues hasta ahora sólo se ha dado prioridad al crecimiento económico– y ha ido en detrimento del medio ambiente y la consolidación de una tan necesaria identidad local que propicie una mayor visibilidad de la población, la que aún carece de elementos clave para elevar el nivel de vida: educación pública de calidad, acceso

garantizado a servicios de salud, servicios públicos generalizados, todo lo que a su vez reeditaría en una mayor participación ciudadana y un gobierno más incluyente.

4.2. Características de la población

La sociedad de Quintana Roo se puede considerar como heterogénea, compleja y polarizada porque en ella conviven muchas realidades, identidades e historias que convergen y transitan constantemente entre la modernidad y el pasado mesoamericano e indígena que aún muestra una gran influencia de la llamada guerra de castas, que tuvo como eje el fortalecimiento de las tradiciones mayas en defensa del ataque español que los marginaba y minimizaba.

La visión y cultura yucatecas de aislamiento e independencia del resto del país, compartida en toda la Península por razones históricas y de vecindad, siguen presentes en la identidad de la población, donde la historia local que se enseña en las primarias (completamente desconocida en el centro) resalta a los héroes de la lucha separatista y de castas, que dan nombre a las calles, escuelas y plazas, y donde el maya forma parte del habla cotidiana, incluso en las zonas urbanas.

Aunque la historia del mestizaje surge precisamente en esta zona –recordemos que éste fue iniciado por Gonzalo Guerrero, náufrago de la expedición de Vasco Núñez de 1511 a América que junto con Jerónimo de Aguilar fueron convertidos en esclavos de los mayas, y que posteriormente se casó con la hija de un dignatario de *Chactemal*, hoy Chetumal– el recelo de los indígenas a los españoles los mantuvo relativamente aislados, por lo que hasta la fecha se encuentran comunidades que habitan en la Zona Maya –distribuida entre los municipios de Felipe Carrillo Puerto y José María Morelos, en pleno centro del estado–, herederos de los rebeldes mayas que combatieron en la guerra de castas.

Pese a ello, la población nativa indígena en la zona sigue disminuyendo por la migración a los centros turísticos (al que también llegan trabajadores indígenas de Guerrero y Chiapas) y su calidad de vida se ha empobrecido debido a que su inserción al mundo laboral se da en

condiciones desventajosas en un mercado cada vez más especializado, por lo que solo tienen posibilidad de acceder a los puestos de menor rango y poca paga. “La conquista económica ha sido más efectiva que la conquista bélica.” (Torres, 2000)

En 1973, el gobierno de Echeverría previó la necesidad de poblar la parte continental norte del estado para abastecer de productos agrícolas a la zona turística que se estaba gestando, por lo que intentaron convencer a un grupo de campesinos de Michoacán y Guanajuato para que trabajaran en la región, pero al negarse acudieron a comunidades de la Comarca Lagunera (en los límites de Coahuila y Durango). Con la promesa de la tierra que se les otorgaría, los campesinos llegaron al lugar elegido para ser convertido en ejido –autorizado como tal hasta 1975 por la Secretaría de la Reforma Agraria– ubicado a siete kilómetros al oeste de la zona hotelera, pero al contemplar el lugar selvático y el clima tropical muchos desistieron de la hazaña; pero los que se quedaron empezaron el poblamiento del lugar, posteriormente llamado Ejido Alfredo V. Bonfil (en honor al líder campesino, miembro del PRI y la Confederación Nacional Campesina que murió por esos años).

Las condiciones del suelo y el clima hicieron difícil la labor encomendada de trabajar en granjas avícolas, aserraderos y una fábrica de bloques para la construcción, por lo que después de la reforma constitucional promovida por Carlos Salina de Gortari, los ejidatarios empezaron a vender las tierras que tanto habían añorado y actualmente se dedican al comercio, otros a proveer de servicios de mantenimiento a la zona turística, e incluso personas de la comunidad han mencionado la existencia de sembradíos de marihuana en lo más profundo del ejido, en la parte que permanece rodeada de selva, que en lo personal no he podido corroborar. En el ejido se conservan las costumbres nortenas de vestimenta, gastronomía, música y forma de hablar, y su lejanía del centro de la ciudad ha propiciado la conservación de su identidad lagunera.

La relación con la colonia inglesa de Belice, al sur del estado, la llegada de trabajadores de varios lugares a la industria turística desde 1970 (sobresalen los estados de Yucatán, Chiapas, Campeche, Veracruz y Guerrero; el y D.F. y Cuba) y de extranjeros (turistas y *baby boomers* que aprovechan sus pensiones para vivir cerca del Caribe) han propiciado una multiplicidad de culturas que conviven cotidianamente pero que no se mezclan.

Por otro lado, la dinámica laboral impuesta por el turismo es férrea: las jornadas laborales prolongadas, las largas distancias que hay que recorrer para llegar de la ciudad a la Zona Hotelera, el trayecto en un transporte público deficiente, la lejanía de la familia que generalmente se queda en los lugares de origen, el acceso a vivienda en “cuarterías” donde se comparte el baño, y el calor colosal, todas estas circunstancias provocan que en el tiempo libre la gente sólo quiera descansar, por lo que se produce un distanciamiento social.

El fenómeno de salud pública que se está presentando como consecuencia de esta realidad laboral turística en Cancún es el suicidio, particularmente en la Franja Ejidal que comprende las regiones más marginadas de la ciudad, donde cada año va aumento. El método más recurrente es el ahorcamiento con el lazo de la hamaca. El análisis realizado por el Ayuntamiento de Benito Juárez revela que, además de la exclusión social que se mencionó, se presenta un contraste insalvable entre la realidad de los lujosos hoteles de la Zona Hotelera y la Riviera Maya y la de los pequeños cuartos y calidad de vida de sus trabajadores. (Novedades, 08/06/2012)

Tal como lo relata la gerente de recursos humanos del Hotel Holiday Inn Pok Ta Pok: *“ Cuando alguien se enferma prefieren venir a trabajar porque aquí tienen diario un desayuno de café con pan y un buffete en la comida, entonces sólo hacen dos comidas porque cuando llegan a su casa no tienen nada [para comer]. Todo lo que ganan se lo mandan a sus familias y sólo se quedan con lo de sus pasajes y otro poco para tomar [cerveza].”*

La fluctuación de población que llega al estado a laborar en la industria turística y se va en temporadas bajas o después de desastres naturales propicia que no exista una cuantificación exacta del número de habitantes, pero de acuerdo al último censo del INEGI es de 1'325,578 de los que 661,176 se ubican sólo en Cancún. (INEGI, 2011) El estado ocupa el primer lugar a nivel nacional de proporción de población residente que no nació en la entidad, de los cuales la mayoría de los que llegan son jóvenes de entre 15 y 30 años. Por esta razón en el estado se está presentando otro fenómeno que parece contrario a las tradiciones peninsulares más conservadoras: la formación de parejas en unión libre y el aumento en el número de divorcios. La lejanía con las tradiciones de origen y la convivencia con otras costumbres

propician un entorno más abierto que modifica las conductas sociales. Por eso, la gente de la localidad suele decir: “En Cancún, o te casas o te divorcias”.

Las tradiciones de otras culturas se empiezan a sintetizar de manera paulatina en esta población tan plural, pero las costumbres y tradiciones yucatecas son las que prevalecen, como la aparentemente contradictoria predilección por los espectáculos de travestis regionales, es decir, que portan el terno (traje típico de las mujeres compuesto de jubón, hipil y fustán), y que echan “bombas con palabrotas”, pero el desprecio abierto por cualquier manifestación homosexual. Sin embargo, no se puede hablar de “una” identidad quintanarroense, y mucho menos de una canconense, que permita que la gente se una por causas que propicien el bien común; por el contrario, lo que se aprecia es la apatía de la población a una participación ciudadana más activa. La gente se preocupa por trabajar y nada más, por eso la vida política del estado ha sido acaparada por los grupos empresariales que no han encontrado en la población un contrapeso para las decisiones que toman y que afectan a todo el estado.

4.3. Grupos políticos

Para los años setenta, cuando empezaba el desarrollo económico del estado, varios de los hijos de los primeros empresarios de Chetumal y Cozumel regresaban de haber estudiado en universidades del centro del país para incorporarse a los quehaceres políticos con Rojo Gómez, situación que es apreciada por las familias originarias por considerar que era adecuado que el control del gobierno estuviera en manos de los propios quintanarroenses. Este es el primer paso de la consolidación de la clase política local. Sin embargo, la llegada de empresarios que empezaron a invertir en el sector turístico creó otro coto de poder, por lo que la pugna por el control político del estado fue evidente entre el naciente sector empresarial y las familias locales.

Una de las primeras familias locales que supo combinar ambos factores de control e influencia –externa e interna / política y empresarial– fue la familia Joaquín Coldwell. Nassim

Joaquín Ibarra fue el primer empresario de origen libanés sobresaliente de Cozumel, que aprovechó el empuje turístico que ya tenía la isla para hacer alianzas políticas con Rojo Gómez. Su hijo, Pedro Joaquín Coldwell, regresaba de haber estudiado derecho en la Universidad Iberoamericana y fungió como oficial mayor del gobierno de Jesús Martínez Ross. La incorporación al PRI fue determinante para que se convirtiera en el segundo gobernador constitucional de la entidad (ver Anexo I y II).

Otras familias que han conservado su influencia política gracias a la participación económica que han tenido en el estado y su filiación priísta son: Borge, Villanueva, González, Canto, (ver Anexo II). Las relaciones que se establecen entre estas familias crean vínculos de lealtad que protegen los intereses personales y forman una valla de protección a su alrededor, además que los vuelven más poderosos al conjuntar esfuerzos y fortunas.

Desde entonces, la concentración del poder político ha estado en manos de algunas familias de Cozumel y Chetumal, que se alternan el encargo del gobierno del estado, y cuya filiación priísta ha tenido consecuencias políticas que se refleja en algunas prácticas cotidianas que, aunque en otros estados han perdido influencia, en Quintana Roo permanecen fortalecidas y son un claro ejemplo de un estado que no se acerca al enfoque nacional de un modelo democrático.

1) El control de los gobiernos locales, mediante nepotismo y compadrazgo.

Varios miembros de las familias antes mencionadas transitan de un puesto a otro de la administración pública, local, estatal y federal. Muchos ejemplos hay de esta situación: el actual gobernador del estado es sobrino del que fuera gobernador hace cuatro ciclos. El primo del exgobernador González Canto, quien actualmente está postulado para una senaduría, y medio hermano del exgobernador Pedro Joaquín Coldwell, Carlos Joaquín González, fue presidente municipal de Solidaridad y actualmente es diputado federal. La hija del exgobernador Hendricks es rectora de la Universidad Tecnológica de Cancún. El hijo del exgobernador Villanueva es el actual presidente de Othón P. Blanco. Pedro Joaquín Coldwell, exgobernador del estado, fue diputado, senador y actualmente es el presidente del PRI.

- 2) El corporativismo ejercido a través de la Confederación Regional Obrera y Campesina (CROC) y la Confederación de Trabajadores de México (CTM), a las que están afiliados todos los empleados del sector turístico del estado, y del Sindicato de Taxistas de Cancún.

La CROC tiene relación con todos los hoteles de Cancún y la Riviera Maya, y la inscripción de los trabajadores a éste es obligatoria, pues para que se relice la contratación el hotel solicita la credencial del sindicato antes de iniciar cualquier trámite. Por otro lado, la CTM cuenta con la inscripción de los trabajadores de los restaurantes de ambas localidades. La pertenencia a ésta también es obligatoria.

La cuota sindical y un cargo extra por un seguro de vida, del cual nunca se otorga póliza al trabajador, es cobrada puntualmente por ambas confederaciones; sin embargo, su función de servir como intermediario ante hoteleros y restauranteros no se cumple, pues ante alguna de las prácticas cotidianas que atentan contra la permanencia laboral del trabajador el sindicato permanece impávido. Una de estas prácticas cotidianas consiste en los “días solidarios”, que se cubren cuando es temporada baja y la ocupación o asistencia a estos recintos escasea, entonces a los trabajadores se les otorgan días de descanso sin goce de sueldo. Ocasionalmente se les llama para que vuelvan al trabajo, pero ha habido ocasiones en que no se les vuelve a contactar y pierden así su fuente de ingresos. Otra práctica es el “B4”, es decir, cada cuatro meses se da de Baja al trabajador ante el IMSS durante cuatro días; con ello pierde su estatus de trabajador y, si aún hay espacio para él después de ese tiempo, al quinto día se le vuelve a contratar, reiniciando su relación laboral con la empresa. Esta práctica, además de evitar que los trabajadores acumulen antigüedad en la empresa, que les podría significar mayores beneficios de seguridad social, hace que al momento en que la empresa da nuevamente de alta al trabajador aparente que está contratando a una nueva persona, lo que les puede significar estímulos fiscales por crear empleos.

La lealtad de ambos sindicatos al PRI es total, por lo que el voto corporativo sigue siendo una práctica cotidiana. Tal como lo afirma Noé Silva, trabajador del Moon Palace y afiliado a la CROC: *“El otro día nos mandaron un comunicado que decía que teníamos que ir al Ceviche para una reunión sindical. Yo no fui porque era mi día de descanso pero si no sí hubiera tenido que ir.*

Después me dijeron que Peña Nieto andaba por acá y nos llevaron para irlo a apoyar. Si hubiera sabido que venía sí hubiera ido, aunque sea para gritarle."

3) La limitada participación de los partidos de oposición, tanto en el Congreso Local como en la presidencia de los municipios del estado.

Con una influencia más localizada han surgido algunas familias de Isla Mujeres y Cancún, que han empezado a formar otros grupos de poder afiliados a distintos partidos políticos, pero que han copiado las mismas dinámicas de control y cierre frente a las necesidades de la comunidad y se han enfocado en obtener parte del poder que anteriormente acaparaba el PRI. La presencia de los partidos políticos de oposición en el estado se inició hasta los años noventa, cuando Jorge Polanco Bueno, que había participado en el gobierno de Miguel Borge Martín y tenía una fuerte presencia política y económica en Chetumal, esperaba ser designado como el próximo gobernador, lo cual no ocurrió debido a que no pertenece a ninguna de las familias originarias. Enojado ante esta situación empieza pláticas con el partido Convergencia y es así como éste arriba a la localidad. Con este partido se convirtió en el primer diputado de oposición.

Por esos mismos años el movimiento del Barzón, organizado para hacer frente a los problemas crediticios ocasionados por la crisis económica dejada por Carlos Salinas de Gortari, se extiende en todo el país, y es entonces cuando el PRD ve la oportunidad de iniciar grupos de simpatizantes en Cancún a partir del movimiento barzonista, por lo que los primeros perredistas son abogados que llevan estos casos. Posteriormente, ya en el año 2000 se empiezan a formar grupos de petistas, aunque aliados al PRD, que inician también labores políticas y de formación de cuadros en las localidades que habían sido descuidadas por el PRI, es decir, Felipe Carrillo Puerto y José María Morelos. Hasta entonces se empieza a notar que existe gente que busca opciones políticas distintas a las ofrecidas por el PRI.

Frente a esta situación de mayor presencia de partidos de oposición, aunque en el estado sigue habiendo ataques a frentes rivales al priísmo e incluso asesinatos de líderes locales, el PRI ha tenido que hacer alianza con otros partidos para mantener su postura de liderazgo en las localidades que otros partidos han empezado a crecer. Ejemplo de ello es la actual conformación del gobierno local:

- a) Gobernatura: Roberto Borge Angulo (PRI – PVEM – PANAL)
- b) Ayuntamiento de Othón P. Blanco: Carlos Mario Villanueva Tenorio (PRI)
- c) Ayuntamiento de Cozumel: Aurelio Omar Joaquín González (PRI)
- d) Ayuntamiento de Isla Mujeres: Hugo Iván Sánchez Montalvo (PAN)
- e) Ayuntamiento de Benito Juárez: Julián Ricalde Magaña (PAN – PRD – PT – Convergencia)
- f) Ayuntamiento de Solidaridad: Filiberto Martínez Mendez (PRI – PVEM – PANAL)
- g) Ayuntamiento de José María Morelos: José Domingo Flota Castillo (PRD)
- h) Ayuntamiento de Felipe Carrillo Puerto: Sebastián Uc Yam (PAN – PRD – PT – Convergencia)
- i) Ayuntamiento de Lázaro Cárdenas: Marí Trinidad García Argüelles (PAN – PRD – PT – Convergencia)
- j) Ayuntamiento de Tulum: Edith Mendoza Pino (PRI – PVEM – PANAL)

En cuanto a la distribución del congreso local, actualmente el PRI sigue teniendo la mayoría, pues de los 15 espacios por el principio de mayoría relativa, solamente existen un diputado del PAN y dos del PRD, además de dos del PANAL y uno del PVEM que llegaron por alianza con el PRI, lo que implica que los diez puestos de representación proporcional también están ocupados en su mayoría por el PRI y sus partidos aliados. (IEQROO, 2010)

- 4) Prácticas de corrupción que privilegian a empresarios trasnacionales a cambio de participación en las inversiones turísticas.

La creciente industria turística requiere de la construcción de infraestructura, lo que ha implicado la destrucción de manglares y de la duna costera, protecciones naturales contra ciclones. De acuerdo con la Ley General de Vida Silvestre (LGVS) la empresa que pretenda invertir en el estado debe realizar una Manifestación de Impacto Ambiental (MIA) que implique una afectación mínima al entorno donde se construirá. Lo que ha ocurrido continuamente es que los hoteleros prefieren pagar las multas que se les imponen por rebasar el porcentaje permitido para construir, pues a fin de cuentas la infraestructura construida se puede conservar, pero en otras ocasiones son los mismos funcionarios quienes propician las condiciones legales para que estas construcciones se puedan realizar. Ejemplo

de ello es la reforma el Artículo 60 de la LGVS, que prevé la protección del ecosistema de manglar, promovida por Carlos Joaquín González en su papel de diputado federal. El pacto con el PVEM permitió que dicha reforma se lograra en perjuicio del medio ambiente estatal pero en beneficio de empresarios locales y extranjeros. (Olivera, 27/07/2009)

5) Prácticas fraudulentas que garantizan el primer lugar en las contiendas electorales, particularmente en las de elección de gobernador.

La elecciones han sido un trámite que se debe cumplir desde que el estado alcanzó el estatus de autonomía, por lo que se llevan a cabo a pesar de la pobreza de inclusión que representan. Antes de la llegada al estado de partidos de oposición el abstencionismo era el que permitía que el PRI mantuviera su lugar en el poder, pero ahora, con la presencia ampliada de éstos, las prácticas fraudulentas han sido una constante en los procesos electorales.

En la pasada elección local se presentaron técnicas conocidas priístas como el ratón loco, en la que los encargados de llevar a los votantes a varias casillas fueron miembros del Sindicato de Taxistas. Así lo relató Carlos May, taxista de Benito Juárez: *"Pues hay varios grupos [al interior del sindicato] pero todos se juntan al final con el PRI. Nos dijeron una semana antes [del día de la elección] que hay que apoyar y nos dieron las rutas para ir a buscar a la gente y traerla a que voten. Ya luego la regresamos y entregamos reporte de que sí fueron."*

En la Zona Maya también se registraron robos e incendios de urnas y robo de material electoral, pero la técnica más común es la compra de votos, pues en todo el estado hay regiones marginadas donde el voto se puede cambiar hasta por 100 pesos, por la técnica de la cadena o por mostrar la foto del voto marcado en la boleta.

Todas estas manifestaciones de fraude han sido posibles gracias a que la mayoría de los funcionarios de casilla son pagados previamente por el PRI para que contribuyan a que se lleven a cabo estas prácticas. La vigilancia del proceso es prácticamente nula y la autoridad electoral tiene fuertes lazos con la cúpula de poder que los asigna en esos mismos puestos.

6) Ataque a grupos de oposición y a manifestaciones contrarias a la dirigencia priísta estatal.

La forma más común de descalificación es mediante la difamación de los militantes de otros partidos políticos difundidos en los medios de comunicación. El cierre de pretensiones en inversiones económicas también ha sido común, e incluso se ha cerrado el paso a carreras políticas con amenazas y ataques físicos, o con la iniciación de procesos jurídicos en contra de los opositores que han derribado en encarcelamientos y otros hechos violentos. (Dachary y Arnaiz, 1990) Esta práctica autoritaria es más común en las localidades con mayor presencia priísta y cada vez menos frecuente, pero aún se presenta.

7) Designio de personas afines a los intereses del partido en los puestos clave de la administración estatal, incluidas las universidades públicas y el instituto electoral.

El compadrazgo en la designación de puestos es fundamental para mantener el control de los procesos que beneficien a las familias originarias y que cierren el paso a pretensiones externas que sean consideradas como riesgosas por éstas mismas. La carencia de instituciones autónomas de educación superior propicia que las rectorías de las que existen estén estrechamente ligadas a los intereses del grupo en el gobierno estatal, con lo que se afecta el desempeño educativo al situar en puestos clave a personas que no se relacionan con el ámbito académico. El instituto electoral local tampoco escapa a esta situación, pero esto se explicará más adelante con mayor detenimiento.

8) Malversación de recursos públicos a favor de las familias en el poder.

Esta práctica cotidiana de los gobiernos sin contrapeso y que no responden a la entrega de cuentas a la sociedad han sido constantes en los gobiernos priístas; sin embargo, mientras no se revelara información al respecto la situación se podía mantener sin oposición. La mayor participación de los partidos de oposición en la administración pública ha propiciado una apertura de información que anteriormente era exclusiva de los gobiernos locales. El último caso de este tipo del que se ha tenido conocimiento es el del ex gobernador Félix González Canto, quien ahora es conocido como el "gobernador de la deuda", que a cinco meses de terminar su mandato adquirió con mecanismos ilegales un crédito por 2,700 millones de pesos que ya no se ejercieron pero tampoco se devolvieron, dejando la deuda como pública

para su sucesor por una suma total de 10,728 millones de pesos, lo que ubica al estado en el tercer lugar de los más endeudados, después de Coahuila y Nuevo León.

Actualmente la oposición promueve en el propio Congreso Local un juicio político para impedir que el exgobernador ocupe otro cargo público, truncando sus actuales aspiraciones al Senado de la República (Visión Radio, 04/04/2012).

Otro caso penoso es el suceso ocurrido en agosto de 2011, cuando la esposa del actual gobernador, Mariana Zorrilla, perdió a su mascota, por lo que inmediatamente éste movilizó a las fuerzas públicas para buscarlo. El mismo día ya había por todo Chetumal varios carteles con la foto del perro y con la oferta de recompensa por 10,000 pesos para la persona que lo entregara. Al día siguiente en todos los diarios del estado apareció el mismo anuncio y en las televisoras y radiofifusar locales también se estuvo difundiendo el mensaje. (Vanguardia, 23/08/2011) Las críticas de la oposición a esta acción fueron duras, pero de ellas sólo se supo en algunos medios electrónicos que no tienen tanta difusión entre la población.

9) Uso de organizaciones ciudadanas para condicionar servicios a cambio de votos.

Debido al creciente poblamiento que se dio en el estado después del *boom* turístico y que no fue previsto en el proyecto inicial se dio una invasión masiva de terrenos, particularmente en Cancún y Playa del Carmen. Surgió así el Frente Único de Colonos (FUC) en 1994, cuya lidereza, Magaly Achach, aprovecha la coyuntura de la necesidad de regularizar los nuevos poblamientos para negociar con el PRI primero una diputación y posteriormente la presidencia de Benito Juárez. Se condicionó entonces la pertenencia al partido para el otorgamiento de los predios por parte del Instituto de Fomento a la Vivienda de Quintana Roo (INFOVIR), con la mediación del FUC.

La breve descripción hecha de cada una de estas situaciones que impiden una convivencia democrática son muestra de que el fortalecimiento de los grupos locales ha sido producto de la combinación entre el control ejercido por un partido político –con rasgos autoritarios y de cacicazgo– y la participación en el exitoso mercado turístico de la región –cuyo único interés son las ganancias económicas y sigue un modelo de capitalismo rapaz–, por lo que la alianza,

limitación y control del acceso de otros actores a estos círculos ha sido un factor clave de su permanencia en el poder.

4.4. Sistema electoral

La influencia que ha tenido el PRI en el estado desde que se le dio el rango de entidad federativa ha sido avasalladora. La relación establecida con las familias originarias para consolidar su presencia en el estado también ha tenido consecuencias en el sistema electoral.

El proceso de realizar elecciones periódicas para la elección de los funcionarios que administrarán el estado es un requisito previsto por la Constitución; sin embargo, en el estado estos comicios tienen la función de aparentar gobernabilidad frente a la opinión pública externa, pero en el interior su funcionamiento sigue siendo acotado y controlado. En este sentido, Jaqueline Peschard proporciona una explicación que disiente de la realidad de Quintana Roo: “Las elecciones han dejado de ser rituales que servían a una élite política para sancionar su permanencia en el poder, para convertirse en lo que deben ser en un régimen democrático; el mecanismo para que la sociedad decida quién lo gobierne y represente.” (Peschard, 2000).

Esta afirmación realizada después de las elecciones presidenciales de 2000, cuando en el Ejecutivo Federal se dio el cambio de partido en el gobierno, no se aplica al caso aquí analizado. En este estado las elecciones siguen teniendo la función de legitimar las acciones de los grupos que controlan las actividades políticas y económicas, por lo que podemos afirmar que la pretendida homogeneidad de la realidad política y social originada en el centro del país no se aplica para el caso de Quintana Roo.

En cuanto a los partidos políticos, el sistema existente en el estado es un modelo tripartidista donde se aprecia el dominio total del partido en el gobierno en los tres poderes. Desde la aparición de los partidos de oposición en la entidad ha habido una oferta política que intenta ser más plural para la ciudadanía, pero el hecho de que no se haya dado un cambio sustancial

en la forma de hacer política, que es una copia de las mismas técnicas priistas de mediados del siglo pasado, ha propiciado un deterioro de la confianza de la población hacia las instituciones, lo que limita su participación.

Las leyes electorales que han surgido en el estado son reflejo de las condiciones y reformas llevadas a cabo a nivel federal. Esto, sin embargo, no ha impedido que se puedan evadir las disposiciones legales y que se siga teniendo el control político con el aval de los órganos electorales. Esto se debe a que el Instituto Electoral de Quintana Roo (IEQROO), creado el 17 de julio de 2002, es un apéndice más de las familias políticas que controlan al estado. Lo que ocurre en este instituto es la designación de sus funcionarios por parte del Legislativo con aval del Ejecutivo estatal, y la carrera política de éstos es fácil de ligar al propio PRI.

Este es el caso del anterior consejero presidente, Carlos Soberanis Ferrao, quien después de siete años en el cargo pretendía renovar en 2009 su puesto. (La Jornada, 02/05/2009) Pese a haber sido aprobada su reelección por el Congreso Local, el TEPJF no lo ratificó, por lo que en su lugar ahora está Jorge Manríquez Centeno, quien laboró al lado de Soberanis, lo que garantizó la continuidad de las acciones del IEQROO para lograr la redistribución requerida después de la creación del Ayuntamiento de Tulum en 2009. Esto favoreció al PRI debido a la concentración de sus simpatizantes en los distritos más competidos, como los de Benito Juárez y Solidaridad. Al término de las funciones de Soberanis en el IEQROO se convirtió en asesor del PRI en el estado, con lo que se ratifica su filiación a este partido y se cuestiona el incremento de sus bienes. Por otro lado, Manríquez se asocia al PAN, pero este partido lo expulsó después de las labores realizadas en el instituto al lado de Soberanis, razón por la cual no votaron a su favor al momento de rechazarse la reelección del exconsejero presidente.

La función de organización de procesos electorales por parte del IEQROO también se utiliza para favorecer al PRI. En la elección de 2010 la designación de consejeros ciudadanos en los distritos locales estuvo determinada por este partido. La explicación la da Sandra Merzell Rodríguez, docente de la Universidad Interamericana para el Desarrollo:

(MA): ¿Te registraste para participar como consejera del Ieqroo?

(SM): Yo metí mis papeles para ser consejera en Cancún y tuve que ir a Chetumal para hacer el examen. Yo iba sola porque a mi amiga no la aceptaron y ella era la que me había convencido de inscribirnos. Cuando llegué al Hotel Príncipe me dijeron que había pocos cuartos porque había un congreso del instituto de los adultos, pero como iba sola no tuve problema para hospedarme. Yo la verdad no veía a adultos en el hotel pero por la noche escuché mucho ruido de gente que estaban como en una fiesta. Al otro día en el desayuno me invitaron a su mesa unas personas que me dijeron que también iban a hacer el examen del leqroo. Entre broma y broma me explicaron que iban de Isla Mujeres y que el PRI les había pagado el hospedaje y el transporte, dos camiones de la isla y la parte continental, pero que lo disfrazaron de congreso para justificar el gasto. También me contaron que ya les habían dicho que si se quedaban como consejeros aparte les iban a pagar una lana al mes hasta las elecciones. Uno de ellos me dijo que ya tenía el examen y que si quería también me lo pasaba pero quería 500 pesos.

(MA): ¿Y lo compraste?

(SM): No. Yo la verdad me enojé porque yo sí iba como ciudadana, bueno, incitada por mi amiga que no fue, pero a mí nadie me patrocinaba y yo gasté sola en eso y al enterarme que estas personas iban como de acarreados pues mejor ya ni estuve con ellos en la comida. Y en la noche antes del examen otra vez escuché el relajo que tenían en la alberca del hotel y yo mientras estudiando en mi cuarto, pues porque obvio no les importaba.

(MA): ¿Y si te quedaste después de hacer el examen?

(SM): Pues dos semanas después mi vecina...

(MA): ¿Cómo se llama tu vecina?

(SM): Maricela Ávila, mi vecina, que es del PRD, me dijo que sí me había quedado y que si quería inscribirme con ellos también me pagaban aparte de lo que me daba el leqroo. Yo no lo creí porque en la página [del instituto] todavía no había los resultados, pero sí. Ya después me llamaron de Chetumal para decirme que tenía que ir a las oficinas de Convergencia, ahí en la Tulum, por mi oficio de designación como suplente.

(MA): ¿Por qué en Convergencia?

(SM): Pues yo creo que como ningún partido me reclamó pues han de haber dicho: "Ah, pues ésta ha de ser de Convergencia".

(MA): ¿Y fuiste a Convergencia?

(SM): ¡No! Yo les reclamé y les dije que no tenía nada que ver con ellos y pues ya me dijeron que entonces iban a madar a alguien a Cancún a entregarme el oficio.

(MA): ¿Tuviste entonces algún acercamiento con algún partido?

(SM): No, la verdad no. Pero el día que fuimos mi amiga y yo a ver dónde íbamos a hacer el examen, antes de todo esto que fue cuando ella supo que no la habían aceptado, ella estaba como enojada y le preguntó al mismo chavo que mandaron después que cuántos de cada partido habían quedado pero él se hacía el que no le entendía. Ya después ella empezó a bajarle y como en broma le dijo que no se preocupara, que ella ya había sido consejera del IFE y que ya sabía cómo eran esas cosas.

(MA): ¿Y si le dijo cuántos eran?

(SM): Pues no sé, sólo se rió y ya después de bromas le dijo: "Tú sí sabes", pero no le dio cantidades de los partidos ni nada, sólo le dijo que si hubiera entrado por un partido hubiera sido más fácil, que sí la hubieran aceptado.

(MA): ¿Te acuerdas cómo se llamaba?

(SM): Rolando Barrera, de Chetumal.

Finalmente tenemos al Tribunal Electoral de Quintana Roo, cuya existencia está ligada a las reformas a la Constitución estatal de 2002 y que al año siguiente entró en funciones por el proceso de selección que el Congreso local realizó para su conformación. La labor política de los magistrados actuales también está ligada al PRI. El magistrado presidente, Víctor Vivas Vivas, colaboró en la administración de Hendricks Díaz como Subprocurador de Justicia, cuya gestión estuvo cuestionada por el asesinato de varios policías en Playa del Carmen pero que no fueron investigados por la dependencia. (Canal 10, 25/08/2008)

Es por esta razón que las impugnaciones que han realizado los partidos de oposición en pasados procesos han sido recibidas, pero finalmente el tribunal ha fallado en todas las elecciones a favor de los intereses del PRI. Notamos entonces que tanto las figuras del IEQROO como del Tribunal prácticamente ha tenido un papel aislado y supeditado al poder Legislativo, el cual a su vez está estrechamente ligado al Ejecutivo.

No hay una competencia política real, por lo tanto no ha habido alternancia en el gobierno, lo que resulta en un sistema donde no hay representación política de la población ni confianza en sus instituciones. La alternancia se ha dado en los ayuntamientos con población más heterogénea, como Benito Juárez y Solidaridad, y ello se debe a los distanciamientos que han tenido algunos empresarios y líderes locales con el PRI, por lo que se han unido a otros partidos e incluso han promovido sus campañas con recursos propios.

El sistema actual en el estado es un reflejo de lo que ocurría en los años sesenta y setenta a nivel nacional, por lo que se puede decir que el sistema político en general no ha madurado, y esto tiene un impacto en la relación del estado con la federación, pero sobre todo, en la calidad de vida de sus habitantes.

A nivel federal tuvieron que pasar más de 70 años para que se diera una alternancia del partido en el poder, aunque el trasfondo político no cambió en realidad. Esperemos que en el estado no tengan que pasar tantos años para que se pueda acceder a un sistema más democrático, pero para ello se debe construir una oposición que realmente signifique una diferencia de las prácticas del PRI y propiciar la participación más activa de la ciudadanía en los temas públicos que afectan a toda la sociedad.

4.5. Estado de los medios de comunicación

Cuando se concede el estatus de entidad federal a Quintana Roo, empieza el desarrollo en todo tipo de infraestructuras, incluyendo las de comunicación. En el estado ya había presencia de empresas de comunicación, provenientes de Yucatán y Campeche. Andrés García Lavín era el magnate de los medios de comunicación de los setenta y provenía de Yucatán. Controlaba la Televisora de Yucatán, Novedades de Yucatán (hoy llamado "El mundo al día"), de Campeche y de Acapulco; asimismo las emisoras de radio XHGL, XEZ, XECAM, AM y FM Radio Mil. Inicialmente el Novedades que se distribuía en Cancún provenía de Mérida, posteriormente se imprimía en Chetumal y hasta el 2002 empezó el proyecto local

y ya existe el Novedades de Quintana Roo. Todos estos medios más la Televisora de Cancún actualmente forman parte del Grupo SIPSE.

Por otro lado, Gastón Alegre, que trabajó en el gabinete de José López Portillo, recibió a principios de los años oventa la concesión para que iniciara el desarrollo de los medios electrónicos en el estado y pudiera hacer contrapeso de los grupos yucatecos que tenían acaparado el sector, además, para abrir más brecha a los grupos priistas.

El estrecho vínculo formado entre los medios de comunicación nacientes en el estado y el PRI también ha sido muy evidente, pues la promoción que difunden de sus logros y candidatos se hace sin reservas. Aunque Gastón Alegre se ha convertido en un poderoso dueño de medios de comunicación, su aceptación en la región no ha sido completa debido a que llegó del exterior mandado por el presidente para acaparar un poco del poder que tenían los grupos originarios en el sector. Por esta razón, pese a la gran promoción que le había hecho al PRI, al no ser considerado para un puesto de elección popular cambió al PRD y él mismo financió su campaña.

La falta de postura crítica en los medios hacia las labores del gobierno no se ha modificado con la entrada más reciente en el estado de concesionarias de televisoras y radiodifusoras provenientes del centro, pues éstos también han sido obligados por el gobierno estatal a firmar con él convenios para la promoción de la publicidad gubernamental, además de los bonos que se otorgan a final de cada ejercicio fiscal para reporteros, jefes de redacción y directores de los diarios, y los regalos, fiestas y rifas organizadas a fin de año para todo el gremio. De esta manera el estado cuenta por un lado la confianza de la población al tener solamente buenas notas en los medios, y por otro cooptan a los medios para controlar la información que éstos publican.

Muchas familias políticas y empresariales incluso forman parte de los consejos directivos de estos medios, por ejemplo, el actual gobernador del estado tiene acciones en El Quintanarroense y El Diario de Quintana Roo; y con todos los demás periódicos tienen convenio de publicidad: Novedades de Quintana Roo, Por Esto, El Respuesta, La verdad de Quintana Roo, Unomásuno, El Periódico y Quequi; en el caso de estos dos últimos además de

la promoción del partido, sus directores tienen relación directa con el PRI. Gerardo García Gamboa, director de El Periódico es también asesor del actual gobernador del estado. José Alberto Gómez Álvarez, en el Quequi, es militante priísta y sus intenciones de llegar a la presidencia municipal eran conocidas en la localidad, pero la misma situación que ocurrió con Gastón Alegre pasó con él, pues al no ser considerado por el partido se acercó al PRD y PT.

Algunos medios que han intentando promover un tipo de información más abierta han sido saboteados mediante la falta al convenio de publicidad, por lo que su solvencia económica se ve afectada y finalmente tienen que cerrar. Este es el caso del Unomásuno, que llegó al estado en 2010 y por realizar críticas a las alianzas del exgobernador ,Félix González, con el actual, Roberto Borge, y los negocios y malversación de fondos, sus reporteros han recibido amenazas y muchas de las cuentas de publicidad que habían contratado espacios cancelaron, por lo que no pudieron cubrir los gastos de nómina por tres meses. Y poco a poco se han quedado sin empleados.

De esta manera la función de los medios de informar a la población de manera imparcial y objetiva no se han cumplido, tienen alianzas con los grupos políticos y empresariales que controlan al estado y el papel que juegan es determinante para su conservación del poder.

V. Campañas electorales en Quintana Roo en 2010

5.1. Contexto del proceso

Después de la reforma electoral de 2007 y 2008 hubo un cambio en el calendario de los comicios electorales locales de varios estados, entre ellos Quintana Roo donde originalmente se realizarían en febrero de 2011, pues la intención era la homologación de las fechas para que coincidieran con los siguientes comicios federales de 2015, por lo que el Congreso local reformó la Constitución del estado para adelantar el proceso y realizar las elecciones el primer domingo de julio de 2010. (La Jornada, 04/12/2009)

Esto mismo ocurrió en otros estados, por lo que en 2010 14 estados llevaron a cabo elecciones:

A) Estados donde se elegiría gobernador, diputados locales y presidente municipal: Aguascalientes, Chihuahua, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Zacatecas.

B) Estados donde se votaría para elegir diputados locales y presidente municipal: Baja California y Chiapas.

En 2010 en todo el país se vivía un ambiente de violencia que empañó los comicios, aunque sus manifestaciones fueron de distinta naturaleza en cada estado; por ejemplo, en Tamaulipas el candidato del PRI a la gubernatura, Rodolfo Torre Cantún, fue asesinado previo a la elección; el día de la jornada en Veracruz grupos que portaban armas de uso exclusivo del ejército rondaban por varias comunidades y asesinaron al menos a una persona; en Chihuahua aparecieron cuatro hombres colgados de puentes vehiculares el día de la elección. (El Universal, 04/07/2010)

Ese año en general fue uno de los que más muertes se registraron desde que Felipe Calderón emprendió la llamada lucha armada contra el narcotráfico, lo que aunado a los cambios en

las fechas de varios estados que acortaban los periodos de los gobiernos en turno tuvo una influencia en el ambiente político nacional, donde los partidos políticos tuvieron que diseñar estrategias rápidamente para no quedarse fuera en la contienda electoral.

En Quintana Roo, a inicios de 2010 en el estado el PRI gobernaba, además del Ejecutivo local, en siete alcaldías. Por otro lado, el brote del virus de la influenza de abril del año anterior había lesionado la economía de la entidad, lo que afectó gravemente la industria turística al reducir la llegada de visitantes, y del que tardó en recuperarse casi dos años. Esta situación propició que desde finales del año 2009 y hasta inicios de 2010 se diera un ola de robos, particularmente en la zona norte, que preocupaba a la población. Otro hecho relevante fue la extradición hecha por la PGR a Estados Unidos de Mario Villanueva, exgobernador del estado, para enfrentar cargos de narcotráfico y crimen organizado; este nuevo proceso lo tendría que enfrentar después de haber estado encarcelado en México desde 2001.

Ante el proceso electoral que se avecinaba cada partido empezó a considerar sus posibilidades frente a la situación nacional y del estado para determinar al candidato. En la contienda interna el PRI tenía a cuatro prospectos: el entonces diputado federal Carlos Joaquín González; el diputado federal Roberto Borge Angulo; la secretaria de Turismo estatal, Sara Latife Ruiz Chávez, y Eduardo Espinosa Abuxapqui, representante del gobierno del estado en Cancún.

Por su parte, Convergencia tenía en la mira al presidente municipal de Benito Juárez, Gregorio Sánchez Martínez, y aunque no era el predilecto del PRD, debido a la alianza establecida en la localidad con éste y con el PT terminaron por ceder.

Finalmente, el PAN planeaba que Gustavo Ortega Joaquín, diputado federal y expresidente municipal de Cozumel, representara al partido.

El declive en las preferencias que ese año mostraba el PAN a nivel nacional, debido en gran parte a las políticas implementadas por el Jefe del Ejecutivo federal, obligó a su dirigencia nacional a modificar sus tácticas frente a los comicios que se avecinaban y resolvió acercarse a las estructuras locales que más se habían descuidado. Por esta razón hizo una alianza con el

PRD para contender en varios de los estados y a varios de los puestos, situación que resultaba aparentemente contradictoria debido a las diferentes posturas de ambos partidos.

Frente a este panorama, en marzo de 2010 los precandidatos enfrentaban los procesos internos de sus partidos, para lo cual el IEQROO estipuló un tope de gastos total de 2'954,000 pesos para las precampañas, solo a la gubernatura. Los topes para la legislatura y las alcaldías variaron dependiendo del padrón de cada distrito.

La distribución del registro de electores se encontraba ese año de la siguiente manera, donde el recién formado municipio de Tulum aún no se consideraba en la distritación:

MUNICIPIO	DISTRITOS LOCALES	LISTADO NOMINAL
Othón P. Blanco	I	32,026
	II	43,988
	III	37,291
	IV	18,632
	V	21,439
José Ma. Morelos	VI	19,929
Felipe Carrillo Puerto	VII	39,144
Cozumel	VIII	54,928
Solidaridad	IX	89,896
Benito Juárez	X	63,750
	XI	127,322
	XII	83,247
	XIII	91,307
Isla Mujeres	XIV	11,128
Lázaro Cárdenas	XV	14,254
	TOTAL	748,281

Fuente: Elaboración propia con datos del IEQROO, marzo de 2010

5.2. La contienda electoral

Durante el proceso interno de los partidos para elegir a sus candidatos se dieron algunos contratiempos, como la ruptura que se dio al interior del PRI entre correligionarios debido a la abierta preferencia del entonces gobernador, Félix González Canto, por la designación de Roberto Borge, puesto que ambos pertenecen al llamado grupo Cozumel, frente al grupo de Chetumal que reclamaba su turno para gobernar, situación que no se logró debido a que la intervención de González Canto fue decisiva para que su aliado ocupara el puesto. Además,

dado que Carlos Joaquín, integrante de una familia también cozumelense pero opuesta a la unión González-Borge, no fue elegido como candidato tuvo algunos acercamientos con el PAN para que lo postularan, tal como hizo su media hermana Addy Joaquín Coldwell en 2005, suceso que preocupó al partido debido a la ruptura que esto hubiera significado para el poder del grupo Cozumel y por la gran base priísta que domina la familia Joaquín y que se hubieran llevado al PAN.

En cuanto al PAN, el cambio que se dio en la elección de la persona que lo representaría se debió a la influencia de Alicia Ricalde Magaña en Isla Mujeres, además porque este partido debió realizar alianza con el PRD, PT y Convergencia para los puestos de algunos ayuntamientos y diputaciones, por lo que necesitaban a una persona que tuviera carrera puramente panista para representarlo en la entidad. En ese momento Alicia Ricalde era presidenta municipal de su localidad, por lo que pidió licencia para ausentarse del cargo y registrarse como candidata a la gubernatura.

En lo relativo al PRD, aliado con Convergencia y PT desde comicios anteriores, no fue sorpresa que ratificaran como candidato a Gregorio Sánchez Martínez, pues en ese momento se desempeñaba como presidente municipal de Benito Juárez, por lo que solicitó licencia para contender a la gubernatura, y había logrado altos niveles de popularidad, por lo que tenía una gran ventaja sobre sus opositores: el número de electores registrados sólo en Benito Juárez que podrían darle el triunfo. Por otro lado, su candidatura fue impulsada con ahínco por el Consejo Coordinador Empresarial del Caribe debido a que él mismo pertenece al gremio por sus negocios en los medios de comunicación, el turismo y la construcción; y además, era una figura pública reconocida en la localidad por ser cantante de música grupera y estar registrado como pastor cristiano, iglesia que cuenta con un enorme número de seguidores en Cancún y que cada año va en aumento.

Una vez determinados los abanderados de cada grupo, los partidos solicitaron ante el IEQROO la inscripción de las coaliciones, que fueron aprobadas en abril. El proceso electoral inició desde el 16 de marzo y la jornada electoral se realizó el 4 de julio. En mayo comenzó el registro de candidatos y el periodo de campañas para la elección de gobernador fue del 6 de

mayo al 30 de junio. El tiempo de inicio difirió del de las campañas para el Congreso local y ayuntamientos por días, pero la fecha de terminación fue la misma para todas.

Los candidatos registrados para disputarse el cargo de gobernador fueron:

- PAN: Alicia Ricalde Magaña
- Alianza Quintana Roo Avanza (PRI – PVEM – PANAL): Roberto Borge Angulo
- Mega Alianza Todos por Quintana Roo (PRD, PT, Convergencia): Gregorio Sánchez Martínez

Como parte de las reglas de la contienda electoral, cada candidato debía registrar ante el IEQROO la plataforma electoral que incluyera las ideas y propuestas que difundirían a la población. El documento entregado por Gregorio Sánchez, titulado “Contigo. Un nuevo gobierno. Un nuevo rumbo” incluyó un listado de problemas del estado y su propuesta para solucionarlos, enfocándose al desarrollo social de la población “sin discriminar ni privilegiar a nadie”, con lo que hacía una clara referencia a su contrincante, Roberto Borge. Dada la situación de robos que vivía en ese momento la ciudad de Cancún, incluyó un apartado dedicado a la prevención del delito y el aumento de las fuerzas públicas. Por último, se destaca la parte dedicada a la administración de recursos y el combate a la corrupción, para “terminar con el poder de unos cuantos”, con lo que también se hizo alusión al gobernador en turno. Del documento se imprimieron 50,000 ejemplares que se distribuyeron en los municipios más poblados del estado. (SIPSE, 12/05/2010)

En cuanto a la propuesta de Roberto Borge, éste no se enfocó en un tema en particular; lo que promovió fue un registro de varios temas sin profundizar en ninguno, pasando por el tema de la delincuencia, la inversión en el estado y la equidad de género. En realidad la agenda del candidato tenía la forma de listado de buenos propósitos, como la promoción de la educación y de servicios de salud, pero no ofreció una explicación clara de la forma en que éstos podrían llevarse a cabo. (PRI, 19/05/2010)

Por otra parte, el registro de la plataforma política de Alicia Ricalde se realizó por el requisito impuesto por el instituto electoral, pero el documento se centró solo en la explicación de las responsabilidades del partido en la difusión de la oferta política de la candidata y no en la

explicación de las propuestas. En este sentido, se notó la desarticulación del PAN en torno a la candidatura al gobierno por la poca fuerza que aún tiene el partido a nivel estatal y la necesidad de participar en la contienda sólo para acceder a los recursos públicos y mantener el registro.

Notamos que en realidad el contenido de estos tres documentos responde a estrategias discursivas conocidas en la política mexicana, donde se hace un contraste de los problemas con las soluciones propuestas, de las que emanan las promesas que posteriormente, aunque estén firmadas ante notario público, no se cumplen porque están alejadas de la realidad de la que parten. El discurso formado en torno a las ideas de las tres plataformas, especialmente la de Borge, es entusiasta pero ambigua, con tintes emotivos que resaltan intereses comunes a toda la sociedad pero que no ofrecen propuestas concretas a las necesidades de cada grupo. La propuesta más estructurada era la de Gregorio Sánchez, pero en esta campaña las propuestas, como veremos en seguida, quedaron en último plano.

En este sentido, la gran popularidad de que gozaba "Greg" Sánchez más allá de Cancún lo convirtió en una figura que amenazaba la estabilidad del PRI en el gobierno del estado, por lo que el 25 de mayo fue detenido por el ejército en el aeropuerto de Cancún y entregado a la PGR. De acuerdo con las publicaciones que realizó en su cuenta de Twitter lo mantuvieron sin orden de aprehensión más de dos horas aislado en una sala del aeropuerto después de que regresaba del D.F. Tras su detención, ordenada por el Juez Segundo en Materia Penal, Carlos Alberto Elorza Amores, fue trasladado al penal de mediana seguridad "El Rincón", en Tepic, Nayarit.

Después de la detención empezaron a llover sobre el aún candidato denuncias de diversa índole. La primera tenía que ver con un préstamo por 10'000,000 de dólares que recibió por parte del empresario Steve Santander Reyes para financiar su campaña a la presidencia municipal de Benito Juárez dos años antes y que se había rehusado a pagar.

Por otro lado, la PGR, en conjunto con la Secretaría de la Defensa Nacional, aludió que contaba con pruebas suficientes para relacionar a Sánchez Martínez con el asesinato de su exasesor, general Mauro Enrique Tello Quiñones, el teniente Getulio César Román y su

chofer, Juan Ramírez Sánchez, cuyos cuerpos fueron encontrados con huellas de tortura en un tramo de la carretera federal Cancún-Mérida en febrero del año anterior.

Otro hecho imputado al candidato fue la detección de “equipo de última generación” en su condominio de Cancún, supuestamente para realizar intervenciones telefónicas con fines de espionaje político contra sus adversarios. Después de varias acusaciones la PGR le atribuía delitos de delincuencia organizada, lavado de dinero, operaciones con recursos de procedencia ilícita, atentados contra la salud pública y protección al cartel de los Beltrán Leyva y a los Zetas. (La Jornada, 26/05/2010)

Además de estos asuntos legales, se inculpó a Gregorio Sánchez de promover el tráfico de cubanos por propiciar la llegada de personas de esta nacionalidad a Cancún, y en este caso también se involucró a su esposa, Niurka Saliva, precisamente por ser de origen cubano. Incluso se le criticó por ser originario de Guerrero y presuntamente no cumplir con el requisito de 10 años de permanencia en Quintana Roo para poder aspirar a gobernarlo.

En tanto, la dirigencia del PRD denunció que los delitos que se le imputaban a su candidato eran producto de la operación llevada a cabo por el secretario de Gobernación, Fernando Gómez Mont, para favorecer al PRI al debilitar las alianzas de su partido con el PT y Convergencia, e incluso el PAN en algunas demarcaciones. Pese a sus intentos por evitar que Gregorio Sánchez perdiera sus derechos políticos que le impidieran ser candidato, y luego de las inconcistencias en el caso denunciadas por sus abogados, el 11 de junio la Sala Superior del TEPJF confirmó la cancelación de su registro como candidato y ordenó a la coalición retirar la propaganda con la imagen de “Greg” y nombrar a un sustituto en 48 horas para conservar el registro a la contienda.

Con esta acción legal promovida por el PRI en contra del aspirante más fortalecido se garantizaron los resultados de la elección a favor de Roberto Borge puesto que la figura de Gerardo Mora Vallejo, sustituto de Sánchez Martínez, además de la imagen deteriorada de la coalición, no representaban peligro para el candidato. El ataque legal fue tan violento que en julio, cuando “Greg” fue puesto en libertad del penal de Nayarit en el que se encontraba debido a que un Tribunal Unitario consideró que las pruebas en su contra eran insuficientes,

fue reaprehendido para ser trasladado a la ciudad de México para arraigarlo y después de dos meses lo dejaron en libertad condicional. Finalmente regresó a Quintana Roo a continuar con sus negocios y este año intentó ser candidato al Senado, pero nuevamente lo acusaron de haber desviado recursos durante su gestión como alcalde y decidió renunciar a la candidatura a cambio de no ser procesado penalmente.

Por otro lado, la campaña de Borge se desempeñó con actos en los lugares donde el PRI aún tiene una gran presencia, como Chetumal y Cozumel, por lo que sus eventos siempre estuvieron plagados de gente, simpatizante y comprada por el partido, pero que mostraban a un candidato aceptado por la comunidad y que garantizaban su apoyo el día de la jornada electoral.

La campaña sufrió, sin embargo, un contratiempo debido al desplome de una avioneta (taxi aéreo) dos semanas antes de la jornada electoral donde murieron nueve de sus colaboradores más cercanos. La empresa contratada para este servicio pertenece a la familia Hendricks, razón por la que las revisiones necesarias de las aeronaves fueron omitidas, además, no se dio tanto peso a la investigación para señalar culpables debido a la protección que Félix González procuró de su antecesor, Joaquín Hendricks, a quién también se le ha vinculado con negocios ilegales entre los que destacan algunos realizados con Kamel Nacif y Jean Succar Kuri. El tratamiento de bajo perfil que se hizo del caso benefició al candidato y evitó que se cuestionara su relación con las redes de lavado de dinero y narcotráfico que representan los aliados de Félix González, su impulsor.

La campaña del PAN estuvo prácticamente aislada de la contienda, pues la candidata fue virtualmente abandonada por su partido, que no la apoyó en la organización de eventos ni difusión de propaganda electoral. Por esta razón Gregorio Sánchez ofreció a la panista que se integrará a su proyecto para hacer frente al PRI. El IEQROO tuvo que intervenir para precisar que los tiempos para el registro de coaliciones ya habían pasado y que esta estrategia promovida por el candidato de la Mega Alianza solamente confundía al electorado. La candidata tuvo que reunirse en la ciudad de México con la dirigencia de su partido para establecer los términos en que apoyarían su campaña, por lo que ella estipuló que de no recibir dicho apoyo abandonaría la candidatura para regresar a su cargo de

alcaldesa. Después de dos semanas de poner en pausa la campaña, la candidata tuvo que retomarla por su cuenta, y aunque el partido había manifestado su apoyo, en realidad mantuvo por su cuenta las actividades de proselitismo, por esta razón las reuniones que realizó para acercarse al electorado tuvieron lugar en su mayoría en Isla Mujeres, su bastión de poder.

Además del desarrollo de la campaña de cada candidato, en el estado ocurrían situaciones que ponían en duda la imparcialidad de las instituciones frente a la contienda. A mediados de mayo diputados locales de oposición denunciaron el desvío de recursos realizado por la Secretaría de Salud a favor de la campaña de Borge. En esas mismas fechas Félix González anunció la aprobación al aumento salarial solicitado por profesores del estado, además de la creación de nuevas plazas para el nivel básico.

Otro hecho relacionado con esta situación fue la reunión privada sostenida entre el Consejero presidente del IEQROO en el Distrito X, con sede en Cancún, y la candidata priísta a la presidencia municipal de esa localidad, Guadalupe Novelo en el Hotel Gran Meliá unos días antes de la jornada electoral. Por otro lado, ante la denuncia hecha en el Congreso por diputados locales sobre los eventos de proselitismo realizados por Mariana Zorrilla, esposa del candidato priísta, el IEQROO respondió que su función consistía en vigilar las campañas de los contendientes y no de otras personas, por lo que estas manifestaciones a favor del candidato continuaron, lo que propició una inequidad en la contienda. De esta manera se puso en duda la actuación del instituto para beneficiar al PRI. Incluso el obispo de la iglesia católica en Quintana Roo, Pedro Pablo Elizondo, al referirse a los candidatos después de la misa en la catedral de Cancún. (Juárez, 29/06/2010)

En cuanto a la ciudadanía, tenemos que en los tiempos previos a la jornada electoral su participación había sido débil, pues más allá de acudir a algunas reuniones proselitistas con los candidatos, no se registró ninguna otra acción. La Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) propuso al IEQROO que avalara el registro de 400 observadores electorales de su gremio, pero una semana antes de la jornada electoral solamente se habían inscrito 200.

El retiro de la propaganda electoral contigua a lugares donde se instalarían casillas y el cese de publicidad en los días previos a la elección no se cumplió a cabalidad, pues justo en la fecha marcada para los comicios aún se observaban espectaculares y bardas pintadas por todo el estado, y en las salas cinematográficas de Cancún un día antes se seguían proyectando los spots del candidato priísta antes de la función.

El 4 de julio inició la jornada de votaciones con 5,000 integrantes de varias corporaciones policiacas vigilando en todo el estado. En la sesión permanente del IEQROO llegaron denuncias de representantes de los partidos en las casillas de Chetumal de la entrega de despensas que la SEDESOL estaba realizando para manipular a los votantes. También se registró la compra de votos, el acarreo de votantes y el robo de urnas en varias partes del estado. Sin embargo, el consejero presidente determinó que no era necesario formar una comisión para verificar los hechos mencionados debido a que debían permanecer en las instalaciones del instituto hasta que se verificara la recepción de todos los paquetes electorales en los distritos locales. (SIPSE, 04/07/2010)

Pese a toda la propaganda de los candidatos, los actos proselitistas, la publicidad mediática, la solicitud del IEQROO a empresarios para dejar salir a los empleados a votar, la tardanza en la apertura de las casillas y la promoción de algunos parques turísticos para incentivar el voto, el abstencionismo fue del 65% en la votación y de 27% en la conformación de casillas, debido a la pérdida de confianza en el proceso por la evidente parcialidad del instituto electoral, las prácticas fraudulentas y el eco que tuvo en el estado la campaña que desde el centro del país promovía la anulación del sufragio. (Hernández, 04/07/2010)

Después del conteo en los 15 distritos del estado, el 11 de julio el presidente del IEQROO entregó a Roberto Borge la constancia de mayoría acreditándolo como gobernador electo de 2011 a 2017. Los resultados oficiales fueron los siguientes:

MUNICIPIO	PAN	PRI-PVEM-PANAL	PRD-PT-CV	VOTOS NULOS	VOTOS TOTALES
Othón P Blanco	11,994	39,725	20,407	5,061	77,187
José Ma. Morelos	750	7,575	6,907	1,211	16,443
Felipe Carrillo P.	673	15,066	13,399	885	30,023
Cozumel	6,166	20,742	3,689	1,431	32,028
Tulum	712	6,416	3,430	504	11,062
Solidaridad	3,730	20,351	4,207	2,632	30,920
Benito Juárez	27,942	76,626	42,182	9,279	156,029
Isla Mujeres	4,796	4,587	320	186	9,889
Lázaro Cárdenas	1,524	6,467	3,388	676	12,055

Fuente: IEQROO, julio de 2010

5.3. Publicidad electoral

Las campañas a gobernador en Quintana Roo en 2010 utilizaron técnicas del *marketing* político similares a las usadas en todo el país, pero a diferencia de otros procesos, aún se privilegiaron las reuniones proselitistas para tener un contacto directo con la gente y demostrar a los adversarios la capacidad de convocatoria que se posee.

Como se mencionó con anterioridad, el debate es una técnica empleada para promover ante el electorado las propuestas políticas de cada candidato, pero sobre todo, para demostrar a los adversarios las fortalezas y la capacidad para convencer a la audiencia. Este ejercicio se relaciona con los sistemas democráticos y en México ya es un evento esperado en momentos electorales.

En el caso de las elecciones locales en el estado de Quintana Roo, el IEQROO recibió el 24 de mayo la solicitud de Alicia Ricalde y Gregorio Sánchez para realizar debates previos a la elección. Sin embargo, en el plazo previsto por el instituto para las solicitudes de realización de debate (6 de junio) Roberto Borge no presentó la petición para participar en este ejercicio de discusión, y puesto que Gregorio Sánchez ya estaba fuera de la contienda y aún no se designaba a su sustituto, no se cumplió el requisito establecido en la ley electoral local que requiere de la petición de al menos dos de los contendientes para poder realizarlo.

Con esto se puede notar, por un lado, que Roberto Borge no tenía la intención de realizar un debate con la candidata más débil de la contienda, y por otro, que el equipo de campaña no consideraba necesario exponer al candidato a la opinión pública, fuera o dentro del estado. En este proceso local solamente se realizó un debate entre los contendientes por la presidencia municipal de Othón P. Blanco.

Por otro lado, los *spots* en radio fueron más abundantes que los televisivos; en este último tipo el candidato que mayor producción tuvo fue Roberto Borge, cuya campaña estuvo acompañada de una fuerte presencia en las redes sociales. Gregorio Sánchez difundía cápsulas informativas con el formato de telediarios donde se promovían sus actividades de campaña en televisión e internet, además, grabó varios mensajes donde se dirigía a la

audiencia para denunciar la campaña en su contra para evitar que ganara la elección. Alicia Ricalde solamente produjo un spot televisivo y en radio se transmitieron mensajes del partido que solamente hacían mención de la candidata, pero no de sus propuestas.

El spot televisivo más difundido de **Roberto Borge** se titula "La vida como un partido de fútbol". En él aparece el candidato con Carlos Vela, jugador de fútbol que se desempeña profesionalmente en Europa. El mensaje se centra en cuatro ideas generales: 1) el trabajo en equipo; 2) la importancia de la población juvenil; 3) las oportunidades de desarrollo para los jóvenes en el estado de Quintana Roo, y 4) el aumento en el nivel de vida de toda la población del estado.

El discurso del spot tiene una fuerte carga emocional al hacer referencia al bienestar que se puede sentir cuando, por un lado, se tiene una cadena de apoyo, y por otro, cuando se logra un mejor nivel de vida. No se muestra ninguna propuesta para concretar las ideas que se presentan y se utilizan frases ambiguas que no se contextualizan a la realidad de las condiciones de vida de la población quintanarroense.



Fuente: Youtube / Canal de Roberto Borge

En cuanto a la forma, la acción transcurre en un parque, donde el candidato y el futbolista aparecen como buenos amigos que están jugando con un balón de fútbol, sin embargo, queda claro por la vestimenta más formal de Borge que su actividad es diferente a la de Vela. En 20 de los 30 segundos que dura el spot el plano secuencia muestra la relación cordial existente entre los protagonistas, pero el lenguaje utilizado por Borge señala su posición

superior al ser él quien da palmadas de aliento a Vela en la espalda, y mientras se escucha la voz en *off* del jugador haciendo referencia a las ideas antes mencionadas. En los últimos segundos del spot identificamos un plano medio donde están Borge y Vela en el mismo nivel, y el discurso lo emiten de manera directa. El video termina con la imagen y frase de identificación del partido y el candidato.

Este spot fue criticado por el afán de Borge de aparecer con sus ídolos deportivos, pues en el estado se ha sabido de los viajes que realiza a Europa para asistir a los encuentros deportivos de Carlos Vela, Javier “El Chicharito” Hernández y Leo Messi, supuestamente con el uso de recursos públicos.

En relación a la propaganda de **Gregorio Sánchez**, el video analizado es el que difundió después de la acusación que hizo Roberto Borge en su inicio de campaña de las filiaciones del exedil de Benito Juárez con el crimen organizado. “Greg” tenía la costumbre de grabar mensajes para transmitirlos en su canal de Youtube desde que era alcalde, pero en el momento en que empezaron las acusaciones en su contra la producción de mensajes, tanto de él como de su esposa, fue más cuantiosa.



Fuente: Youtube / Canal de Gregorio Sánchez

El video titulado “Que se escuche fuerte y claro: Nuestro proyecto de cambio y democracia para Quintana Roo, está vivo” basa su propuesta en el inicio de una revolución de conciencia con base en la lucha entre el bien y el mal. Se hace referencia también en la necesidad de cambiar las condiciones actuales del estado, pero sin especificar cuáles son. Se menciona la

necesidad de convertir a Quintana Roo en un estado democrático, pero sobre todo, en el paraíso con que todo mundo sueña. El candidato se anticipa al posible escenario de su detención y se sitúa como un mártir que está dispuesto a sacrificarse por la gente: “Y si tengo que pagar el precio de mi libertad por la dignidad de Quintana Roo, lo haré”. Termina con una frase hecha alusiva a valores morales con la que pretende ganar la simpatía de la audiencia: “La fe mueve montañas”.

Hablando de la forma de este video tenemos que dura un minuto con 26 segundos y toda la acción ocurre en una secuencia donde el personaje aparece en un plano medio. La emotividad utilizada al momento de dar el discurso alude a valores cristianos, pues hace referencia en varios momentos de la paz y el amor, y la entonación y timbre la voz remiten al mensaje dado por un líder espiritual cuya intención es ayudar a su gente a superar las adversidades. El mensaje de Sánchez Martínez pone de manifiesto su experiencia como pastor cristiano, pero el tono es monótono y no tiene otros factores que ayuden a suavizar el mensaje, como música o imágenes en movimiento. Finalmente el vaticinio del candidato se cumplió y fue excluido de la contienda mediante tácticas legales que dañaron su imagen y carrera política hasta la fecha.



Fuente: www.aliciaricalde.com

Finalmente tenemos el spot de Alicia Ricalde titulado “Alicia Ricalde: Gobernadora”, cuyo único mensaje es la identificación de la candidata con el partido y donde se recuerda la fecha de la elección. La acción transcurre en un plano general donde se muestra una marcha de panistas, jóvenes en su mayoría, por un tramo de la avenida principal de Isla Mujeres, que siguen a la candidata, quien se muestra como una líder humilde que camina al lado de sus

compañeros de partido (en este caso, los líderes estatales del PAN). La música de batucada es la que acompaña la marcha de la gente, que va contenta tocando, bailando, sonriendo y apoyando a la candidata. Alicia Ricalde aparece todo el tiempo sonriendo y con las manos arriba en señal de victoria. El mensaje se da en voz en *off* en los últimos cuatro segundos de los 30 que dura el *spot*, y la imagen que la acompaña es la identificación del partido y la cara de la candidata.

La marcha de los líderes locales del PAN junto a la candidata en este video intentó acallar las críticas que sufrió su campaña después de que estuvo a punto de regresar a su antiguo puesto y abandonar la contienda, que no tenía posibilidades de ganar.

5.4. Los medios en la contienda

En cuanto al desempeño que tuvieron los medios de comunicación en el desarrollo de las campañas a gobernador tenemos que el seguimiento que se dio a las actividades de los tres candidatos en los noticiarios diurnos fue más equitativo, pues el horario tiene menor audiencia.

Sin embargo, en los noticiarios matutinos se notó la predilección por ensalzar las actividades de Borge y criticar las de "Greg". En este sentido, el papel que jugó el conductor del noticiario matutino de Enfoque Radio, David Romero, fue abiertamente encarnizado contra Sánchez Martínez. La figura de David Romero es muy conocida en el estado por su cercanía con los gobiernos estatales, sin embargo, en la población su espacio radiofónico es el de mayor audiencia, por lo que su autoridad como figura de los medios no es cuestionada; por el contrario, en algunas escuelas de comunicación y en el gremio periodístico se alude a su capacidad de análisis y crítica del quehacer político local.

En cuanto a la prensa, los desplegados de campaña de "Beto" Borge eran los que ocupaban más columnas y fueron los más cuantiosos en los nueve diarios locales y otros con presencia en el estado, como el Diario de Yucatán. Las inserciones pagadas también fueron comunes en los diarios que se tienen por más críticos, como el Unomásuno y Por Esto; mientras que en

los demás periódicos las notas informativas relativas a la campaña de Borge eran más descriptivas, mientras que las de “Greg” y Alicia Ricalde tenían un mayor contenido de opinión.

En este sentido, los medios locales jugaron el papel que les correspondía de acuerdo a la dinámica existente: avalar y promover la imagen de Roberto Borge para legitimar su triunfo cuando éste se diera. Incluso algunos de los periódicos de la localidad firmaron convenios de publicidad con Borge antes de que terminara la contienda, y muchos reporteros y reporteras eran llamados directamente por el candidato para que fueran a cubrir algún evento; algunos de ellos dejaron sus puestos para trabajar en la Secretaría de Comunicación Social del estado.

En algunos medios electrónicos que solamente se pueden consultar por internet se hacen críticas muy duras a Roberto Borge y Félix González; la estrecha relación entre ambos parte de los lazos familiares y las políticas implementadas por Borge desde que asumió el gobierno han sido idénticas a las esgrimidas por su predecesor. A ambos se les vincula con Enrique Peña Nieto y Carlos Salinas de Gortari, priístas más reconocidos en el ámbito nacional que tienen negocios en la Riviera Maya.

5.5. Percepción ciudadana a través de sondeos y encuestas

El mismo sentido que tienen los debates en el estado lo tienen los sondeos de opinión, pues a pesar de estar relacionados con campañas más dinámicas y competitivas en el ámbito mercadológico, en el estado aún no se utilizan de manera consistente, por lo que su presencia en la elección de 2010 también fue escasa.

La primera empresa en realizar una encuesta en torno al proceso electoral de este estado fue Consulta Mitofsky, que realizó el levantamiento de datos antes del inicio formal de la contienda, es decir, del 5 al 7 de marzo. La encuesta se enfocó en cuatro aspectos centrales:

- 1) Identidad partidista. En este rubro los resultados fueron los siguientes: PRI 44.1% / PAN 14.4% / PRD 13% / Otro 1.5% / Ninguno 23.3% / NS 3.7%

- 2) Rechazo de partidos. PRD 27.3% / Convergencia 25.5% / PANAL 23.5% / PAN 23% / PT 22.5% / PVEM 21.3% / PRI 15.9%
- 3) Intención de voto: PRI 43.3% / ND 29.4% / PAN 13.5% / PRD 11.9% / Otro 1.9%
- 4) Preferencias priistas. Roberto Borge 45.1% / Carlos Joaquín González 41.1% / NS 13.8%

Otra encuesta realizada entre el 8 y 10 de mayo por Gabinete de Comunicación Estratégica (GCE) no se pudo difundir porque de acuerdo con el órgano electoral contravenía las fechas estipuladas para su publicación. Por esta razón, los resultados de esta encuesta no se pudieron publicar en el diario Milenio. Tuvieron que pasar casi tres semanas para que los datos obtenidos por ésta se pudieran conocer.

A partir de de esta encuesta tenemos los siguientes resultados:

- 1) Intención de voto por candidato: Borge 46.1% / Sánchez 22.4% / Ricalde 13.1%
- 2) Intención de voto por alianza: PRI – PVEM – PANAL 42.7% / PRD – PT – Convergencia 21% PAN 13.8%
- 3) Intención de voto por partido: PRI 40% / PRD 17.7% / PAN 12.6% / PT 1.1% / PANAL 0.7%
- 4) Intención de voto por partido para elección de diputados locales o alcaldías: PRI 44.7% / PRD 17.3% / PAN 13.5% / PT 1.4% / PVEM 0.5%
- 5) Partido que representa un cambio positivo en el estado: PRI 37.7% / PRD 17.7% / PAN 12.6% / PT 2.6% / PVEM 1.1%

Posteriormente, el 23 de junio el IEQROO autorizó a dos empresas dar a conocer públicamente los resultados de las técnicas aplicadas entre el 11 y 14 de junio en relación a las preferencias electorales de la población del estado. Estas empresas eran Compañía Editora Nuestra América, S.A. de C.V y El Universal Compañía Periodística Nacional, S.A. de C.V.

La pobreza en la cantidad de encuestas o sondeos durante esta elección demuestra que la opinión pública no tiene un lugar sobresaliente en la conformación del espacio público durante los procesos electorales. Lo único que se busca es conocer la intención de voto para determinar las estrategias que cada partido puede utilizar durante la campaña, pero este

nivel de la aplicación de esta técnicas está en un nivel más retrasado en Quintana Roo de lo que se encuentra en otros estados de la República.

Por otro lado, la propia población no tiene la disposición para participar e involucrarse en las campañas electorales de una manera más activa debido a las circunstancias sociales y laborales previamente explicadas. Aunado a esto tenemos una población con una fuerte filiación priísta que limita su participación en los acontecimientos políticos, ¿por qué votar si su partido es el que gana de cualquier manera?

En este escenario la opinión pública no se puede considerar como tal mientras no haya temas que interesen a la sociedad que se puedan poner en la agenda política a través de la manifestación que se haga a través de las encuestas o sondeos. En ese sentido, podemos decir que la población de Quintana Roo aún no llega a la edad adulta, políticamente hablando.

Conclusiones: la realidad nacional vs. la local

Desde la época mesoamericana ha estado presente en cada época histórica del país la polarización entre centralismo y federalismo. La fortaleza adquirida por el centralismo después de la independencia de la Corona española y enfatizada por el control de un partido hegemónico con el presidencialismo como su máxima expresión, ha propiciado que se pierda la perspectiva de la heterogeneidad que compone esta nación y cuya comprensión es necesaria para concentrar una visión común al futuro que propicie un crecimiento económico y político más equitativo, y se logre finalmente un sistema verdaderamente democrático.

Dentro de la idea democrática federalista el estudio de cada parte que integra un territorio reviste importancia por incluir las distintas realidades observadas en cada localidad en un proyecto único de nación. Sin embargo, al efectuar una revisión de los trabajos académicos realizados en el ámbito que nos interesa encontramos “cero” resultados sobre la comunicación política en el estado de Quintana Roo. La mayoría de los análisis en esta materia se han enfocado en los procesos electorales federales y en los del Distrito Federal, aunque también se encuentran algunos de estados del centro del país.

No es extraño que desde la realidad central se descuide lo que ocurre en este polo, pues su situación geográfica, y también cultural, lo ubican más cerca en ambos sentidos al Caribe, Centroamérica y Estados Unidos que al “México central”, lo que lo ha convertido en una economía periférica con mayor dependencia al mercado internacional que al nacional. Esta razón propicia que, a diferencia del centro del país, en la localidad, particularmente en Cancún y la Riviera Maya, el dólar sea una moneda de circulación corriente y la percepción de la realidad se limite a las actividades económicas, al empleo y al ingreso salarial.

Sin embargo, esta situación presenta un desafío para sus autoridades, pues las actuales tendencias de ecoturismo y cuidado al medio ambiente requieren políticas de protección que representen también un atractivo para quienes visitan el lugar; otro aspecto tal vez más importante se relaciona con la obligación de propiciar condiciones de vida más ventajosas

para su población, la cual empieza, como ya se comentó, a sufrir fisuras en el tejido social incluso antes de que éste se pudiera terminar de construir. Crecer sobre estas bases representa también un riesgo para la consolidación ciudadana que se requiere para hacer frente a las batallas campales que se avecinan en el tránsito a una sociedad más abierta, participativa e incluyente.

Tal vez la respuesta se encuentre en otras alternativas económicas al turismo, pero en tanto éste siga significando ganancias nada despreciables para los grupos de poder, locales y externos, el deterioro ambiental y social no se podrá detener.

Por otro lado, en cuanto a la participación de los medios en este proceso de cambio, el panorama nacional y su reflejo local no son alentadores, pues dadas las últimas noticias que se tienen de la fusión de las dos grandes cadenas televisivas en el país, que lejos de favorecer las opciones de oferta de contenidos en un mercado supuestamente neoliberal, cierran el paso a la transformación de las condiciones actuales de los medios de comunicación al propiciar la existencia de un monopolio televisivo, lo que, además, proporciona un ámbito mayor de influencia de estas televisoras en la vida pública del país.

Es así que el sistema informativo que tiene como premisa básica la persuasión social que se creía superada vuelve a arraigarse dentro de un sistema político de carácter débil y alejado, igual que los medios, de su verdadera función social. En este sentido, la inequidad observada en varios procesos electorales se hace más patente, y el clima de desconfianza que genera en la sociedad no contribuye al crecimiento de un sistema democrático en el país.

Si relacionamos esto con las condiciones específicas de Quintana Roo, tenemos que una entidad que es asimétrica, polarizada y multicultural, no puede por sí misma consolidarse y unificarse para desarrollar en conjunto las condiciones favorables para el desarrollo integral de sus habitantes, requiere del apoyo de un gobierno que proponga la ruta más conveniente para alcanzar dichos objetivos, pero si éste se apoya en un sistema informativo corrompido y sigue aplicando las prácticas más sobresalientes de los gobiernos autoritarios, lo que se crea es desigualdad e injusticia que beneficia a un pequeño número de personas pero que pone en situación de vulnerabilidad a la mayoría de la población. En este sentido, la relación

existente entre los tres actores con participación en el espacio público es completamente inequitativa, el actor política es el dominante y determina la forma de conducirse de los otros dos. El actor medios, por su parte, basa su desempeño en las ganancias comerciales y políticas y tiene una postura abiertamente favoritaria para cubrir las acciones de la política, por lo que no cumple su función de informar a la sociedad, la que, además, no se participa en la vida pública más que cuando en jornadas electorales emite su voto, y aún esa participación es minoritaria.

Ante este panorama tenemos varios retos que encarar, uno de ellos se relaciona con la posibilidad de realizar análisis que permitan escudriñar en los problemas que aquejan a la sociedad con el fin de proponer soluciones viables desde la academia. Otro más es la creación de estrategias que puedan llevarse a la práctica para modificar, en lo posible, la actual estructura política y económica que han demostrado no ser las adecuadas para un desarrollo más equitativo de la sociedad.

La consolidación democrática es una tarea monumental para una país con esta diversidad de realidades, y mientras el modelo económico de mercado sea la base de la estructura política, ésta no tendrá posibilidades de transformarse.

Bibliografía

Allport, F. H. (2009). Hacia una ciencia de la opinión pública. *Athenea Digital*, Núm. 16, pp. 141-152

Argüelles, A. y Villa, M. (1994). *México: el voto por la democracia*. México: Porrúa

Becerra, R; Salazar, P. y Woldenberg, J. (2000). *La mecánica del cambio político en México. Elecciones, partidos y reformas*, México: Cal y Arena

Berlín Valenzuela, F. (1983). *Teoría y praxis. Política electoral*. México: Porrúa

Berlín Villafaña, I. (2000). Dos de julio, año 2000, en México: La seducción electoral. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, Núm. 72, diciembre, Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16007203>

Bourdieu, P. (2000). La opinión pública no existe. *Fundamentos*, Núm. 166, Madrid: Istmo, pp. 220-232

Camp, R. A. (1997). *Encuestas y democracia: opinión pública y apertura política en México*. México: Siglo XXI

----- (2006). *Las élites del poder en México*. México: Siglo XXI

Charaudeau, P. (2002): ¿Para qué sirve analizar el discurso político? *DeSignis*, Núm. 2, Barcelona: Gedisa, pp. 109-124

Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía-Cámara de Diputados (2000). *Medios de comunicación y procesos electorales. Un compromiso para el futuro*, México: Cámara de Diputados/Konrad Adenauer Stiftung/UI/UAM/FELAFACS/CONEICC/AMEDI

Cruz, P. (2007). *Cómo ver las campañas electorales por televisión*. México: Academia Mexicana de Derechos Humanos

Dachary, A. C. y Arnaiz Burne, S. M. (1990): *Quintana Roo*. México : UNAM

Dahl, R. A. (1993). *La poliarquía. Participación y oposición*. México: Red Editorial Iberoamericana

Denton Jr., R. E. (1991). *Ethical Dimensions of Political Communication*. New York: Praeger

Esteinou, J. (2005). La telecracia y cambio político en México. *Razón y Palabra*, Año IX, Núm. 42, diciembre 2004 – enero 2005, México: ITESM. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n42/jesteinou.html#au>

----- (2010). La reforma electoral y su repercusión comunicativa sobre las elecciones políticas de 2009 en México. *Espacios Públicos*, Núm. 28, México: UAEM, pp. 83-101

Ferry, J.M.; Wolton, D. y otros (1998): *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa

García, N. y Piedras, E. (2008). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. México: Siglo XXI/FLACSO

Gauthier, G.; Gosselin, A. y Mouchon, J. (1998): *Comunicación y Política*. Barcelona: Gedisa

Gil, J.C. (2011). El sistema electoral en las Cámaras y Ayuntamientos de México. *Gaceta de Ciencia Política*, Año VIII, Núm. 1, primavera-verano, México: ITAM

Gingras, A.M. (2003). *La communication politique*. Québec: Presses de l'Université du Québec

Gutiérrez, S. (2000). *El discurso político. Reflexiones teórico-metodológicas*. Versión. Estudios de comunicación y política, Núm. 10, México: UAM-X, pp.109-125

----- (2007). La construcción de la imagen de López Obrador en los spots de sus adversarios. *Cultura y representaciones sociales, Revista electrónica de Ciencias Sociales*, Año I, No. 2, marzo, México: IIS-UNAM. Disponible en: <http://www.culturayrs.org.mx/revista/num2/Gvidrio.htm>

Habermas, J. (2002). *Acción comunicativa y razón sin trascendencia*. Barcelona: Paidós

Instituto Federal Electoral (2000). *Comunicación política y elecciones*. México: IFE

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2011). *Perspectiva estadística: Quintana Roo 2011*. México: INEGI

Labastida, J., Camou, A. y Luján, N. (2001). *Transición democrática y gobernabilidad*. México: UNAM-IIS/FLACSO/PyV

Larrosa, M. y Guerra, Y. (2005). El régimen de partidos políticos en México: su regulación en la legislación electoral (1911-2004), ¿hacia una Ley de Partidos? *Polis: Investigación y análisis sociopolítico y psicosocial*, Año/Vol. I, Núm. 2, segundo semestre, México: UAM-I, pp. 233-276

Loeza, S. y Segovia, R. (1987). *La vida política mexicana en la crisis*. México: El Colegio de México

Lozano, J., Peña- Marín, C. y Gonzalo, A. (1993). *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. México: REI

Maarek, P. J. (1997). *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*. Barcelona: Paidós

----- (2003): *Political Communication in a New Era: A Cross-national Perspective*. London: Routledge

Mazzoleni, Gianpietro (2010): *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial

McLuhan, M. (1996). *La aldea global. Transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el S XXI*. Barcelona: Gedisa

Meyenberg, Y. (2001). *El dos de julio: Reflexiones posteriores*. México: FLACSO/UAM-I/IIS-UNAM

Meyer, L. (1995). *Liberalismo Autoritario. Las contradicciones del sistema político mexicano*. México: Océano

Monzón, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos

----- (1998). *Comunicación política*, Madrid: Universitas

Museo Legislativo (2004). *Los partidos políticos en México*. México: Cámara de Diputados

Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J.I. (1996). *Comunicación política*. Madrid: Universitas.

Nimmo, D. y Sanders, K.R. (1981). *Handbook of Political Communication*. Londres: Sage

Nohlen, D. (1995). *Elecciones y sistemas electorales*. Caracas: Nueva Sociedad/Friedrich Ebert Stiftung

----- (1999). *Sistema de gobierno, sistema electoral y sistema de partidos políticos. Opciones institucionales a la luz del enfoque histórico-empírico*, México: TEPJF/IFE/Friedrich Naumann Stiftung

Peschard, J. (2000). "Los medios de comunicación en la construcción de la cultura democrática en México". *América Latina Hoy*, Núm. 25, agosto, Salamanca: Universidad de Salamanca, pp. 87-94

Pardo, Romeo (coord.): *Comunicación política y transición democrática*, México, UAM, 1997

Pareja Sánchez, N. (2008). "La comunicación política y las elecciones de 2006. La teoría de la comunicación y el dictamen de validez de la elecciónp residencial", Revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Año L, Núm. 202, enero-abril, México: UNAM-FCPyS, pp. 13-32

Pareja Sánchez, N. y Molina y Vedia, S. (2011). Comunicación Política en México: retos y desafíos ante el proceso democratizador global, México: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

Razgado Flores, L. A. (2003) "La comunicación Política en México: propuestas para su análisis", Anuario de Investigación de la Comunicación, CONEICC IX, México: CONEICC, pp. 101 - 132

----- (2007). "Dimensiones éticas de la comunicación política", Razón y Palabra, Núm. 59, octubre – noviembre, México: ITESM. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n59/lrazgado.html>

Renkema, Jan (1999): Introducción a los estudios sobre el discurso, México, Gedisa

Sartori, G. (2002). Homo videns. La sociedad teledirigida, México: Taurus

----- (2003). ¿Qué es la democracia?, México: Taurus

Serra, G. (2009). "Una lectura crítica de la reforma electoral en México a raíz de la elección de 2006", Política y Gobierno, Vol. XVI, Núm. 2, II semestre, pp. 411-427

Swanson, D. y Nimmo, D. (1990). New Directions in Political Communication. A Resource Book, Londres: Sage

Trejo Delabre, R. (2009a). "Mediocracia en la democracia. Medios, partidos y gobernabilidad en México", pp. 119-153 en: Alcántara Sáenz, M. y Hernández Norzagaray, H. México, el nuevo escenario político ante el bicentenario, Salamanca: Universidad de Salamanca

----- (2009b). "Difundir, discutir y discurrir", Zócalo, Núm. 116, octubre, pp. 8-11

Torres Maldonado, E. J. (2000) Diacrónica del Caribe mexicano: Una historia de Quintana Roo y Cancún, México: UAM-A

Valdez Zepeda, A. (2001). "Gestión de campañas políticas", Gestión y estrategia, Núm. 19, México: UAM-A, pp. 27-37

Valdez, A. y Huerta, D. (2003). "Las elecciones federales del 2003 en México: Un análisis desde la perspectiva de la mercadotecnia política", Razón y Palabra, Núm. 34, agosto-septiembre, México: ITESM. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/avaldez.html>

Van Dijk, T. A. (1985). Handbook of Discourse Analysis. Volume 4: Discourse Analysis in Society, Florida: Academic Press

Vasilachis de Gialdino, I. (1997): La construcción de representaciones sociales. Discurso político y prensa escrita. Un análisis sociológico, jurídico y lingüístico, Barcelona: Gedisa

Vega Montiel, A. (2003). "Los escenarios de la comunicación política mexicana", Razón y Palabra, Año VIII, Núm. 35, octubre-noviembre, México: ITESM. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html>

----- (2008). "Claves para una reforma electoral democrática: La comunicación política en México, ¿espacio de visibilidad o invisibilidad para las mujeres?", Revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, Vol. L, Núm. 202, enero-abril, México: UNAM, pp.71-80

----- (2009). La comunicación en México: una agenda de investigación, México: UNAM-CEIICH

Villanueva Villanueva, E. (1995): Derecho y ética de la información: el largo sendero hacia la democracia en México, México: Media Comunicación

Woldenberg, J. (1997): "La mecánica del cambio democrático", Nexos, enero, México. Disponible en: <http://www.nexos.com.mx/?P=leerarticulo&Article=448702>

----- (2002): La construcción de la democracia, México: Plaza y Janés

Hemerografía

AMIPCI (2012). Hábitos de usuarios de internet en México, actividades y usos del internauta mexicano, México: Asociación Mexicana de Internet. Disponible en: <http://www.amipci.org.mx/?P=articulo&Article=71>

Castilla, C. (25/08/2008). "Victor Vivas, un lunático en la procuraduría de justicia del estado", Canal 10, Chetumal. Disponible en: <http://www.edunoticias.com/edu/?p=632>

Chávez, J. (02/05/2009). "Designan a Manriquez Centeno consejero presidente del Iegroo; descontento del PAN", La Jornada, México. Disponible en <http://www.jornada.unam.mx/2009/05/02/estados/044n1est>

Chávez, J. y Martoccia, H. (04/12/2009). "Adelantan para 2010 elecciones de QR", La Jornada, México. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/12/04/estados/031n1est>

El Universal. (15/02/2006). "Entrega IFE recursos para campañas presidenciales", El Universal, México. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/330972.html>

El Universal (04/07/2010). "Aparecen colgadas cuatro personas durante jornada electoral en México", El Universal, Caracas. Disponible en: http://www.eluniversal.com/2010/07/04/int_ava_aparecen-cuatro-pers_04A4132095.shtml

Hernández, S. (04/07/2010). "Quintana Roo: Abstencionismo supera 65%", El Universal, México. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/692902.html>

Juárez, M. (29/06/2010). "Prepara fraude leqroo", Unomásuno, Cancún. Disponible en: <http://unomasunocancun.blogspot.mx/2010/06/prepara-fraude-ieqroo.html>

Martoccia, H. (26/05/2010). "Detienen en Quintana Roo a Gregorio Sánchez, candidato al gobierno del estado", La Jornada, México. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2010/05/26/politica/015n1pol>

Olivera, A. (27/07/2009). "Destruir manglares, la primera tarea legislativa del PRI y PVEM", El Universal, México. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/editoriales/45019.html>

SIPSE (12/05/2010). "Presentó Greg Sánchez su plataforma política", SIPSE.com, Cancún. Disponible en: sipse.com/noticias/45566-presento-greg-sanchez-plataforma-politica.html

----- (08/06/2012). "Zona norte de Cancún donde se registran más suicidios", Novedades de Quintana Roo, Cancún. Disponible en: <http://radioquintanaroo.com/zona-norte-de-cancun-donde-se-registran-mas-suicidios/>

Urrutia, A. (05/02/2009). "La millonaria publicidad electoral fue desplazada por 23.5 millones de spots", La Jornada, México. Disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2009/02/05/index.php?section=politica&article=005n2pol>

Vanguardia (23/08/2011). "Ofrece gobernador de Quintana Roo 10 mil pesos de recompensa por su perro", Vanguardia, Chetumal. Disponible en: <http://www.vanguardia.com.mx/ofrece-gobernadordequintanaroo10milpesosderecompensaporsuperro-1075748.html>

Villamil, J. (2006). "Supernegocio televisivo", Henrich Böll Stiftung. Disponible en: http://boell-latinoamerica.org/download_es/Jenaro_Villamil.pdf

Visión Radio (04/04/2012). "Solicitan juicio político contra Félix González, el 'gobernador de la deuda'", Visión Radio, México. Disponible en: <http://www.visionradio.com.mx/2012/04/04/solicitan-juicio-politico-contra-felix-gonzalez-el-gobernador-de-la-deuda/>

Zarate, A. (03/07/2006). "Vencen mexicanos al abstencionismo", El Universal, México. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/359746.html>

Fuentes electrónicas

Borge Angulo, R. (2010) "La vida es como un partido de futbol". Video disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=WSk1zoiVweA>

Consulta Mitofsky (2010). "Estado de Quintana Roo. Encuesta en viviendas, marzo de 2010", Grupo Consulta, México. Disponible en: www.opinamexico.org/docs/QROO_AsiVan.pdf

Crespo, J.A. (23/01/2008). COFIPE: La reforma insuficiente. CENCOS, México: Centro Nacional de Comunicación Social. Disponible en: <http://www.cencos.org/node/17697>

Instituto Electoral del Quintana Roo (2010a). "Estadística electoral 2010", Disponible en: <http://www.ieqroo.org.mx/v2009/Estadistica2010/Principal.swf>

----- (2010b) "Resultados electorales 2010. Candidatos electos", Chetumal: IEQROO. Disponible en: http://www.ieqroo.org.mx/v2009/index.php?option=com_content&task=category§ionid=17&id=66&Itemid=315

Instituto Federal Electoral (2000). Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral sobre el financiamiento público de los partidos políticos para el año 2000, México: IFE. Disponible en: http://www.ife.org.mx/docs/Internet/Partidos_Politicos_DEPPP/financiamiento_DEPPP/acuerdos_1997-2006/actividades_ordinariasPP/CG07-2000.pdf

Partido Revolucionario Institucional (19/05/2010). "En Borge sí confío", México: PRI. Disponible en: <http://blog.elpridehoy.org.mx/index.php/2010/05/19/en-borge-si-confio-roberto-borge-angulo/>

Ricalde Magaña, A. (2010). "Alicia Ricalde: Gobernadora". Video disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=woecf5V8qEk>

Sánchez Martínez, G. (2010). "Que se escuche fuerte y claro: Nuestro proyecto de cambio y democracia para Quintana Roo, está vivo". Video disponible en: <http://www.youtube.com/watch?v=Hi0UMrgHkNo&list=UUiq8Zi4KsvbJgQnp5Id2Pkg&index=3&feature=plcp>

Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo, (2012). "Indicadores turísticos Enero-Marzo 2012", Estadísticas, México: SEDETURQROO. Disponible en: <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/2012/Indicadores%20Turisticos%20Marzo%202012.pdf>

Anexos

Anexo I: Gobernadores de Quintana Roo de la época contemporánea

Javier Rojo Gómez (1967-1970): Priísta de Hidalgo nombrado por Gustavo Díaz Ordaz

David Gustavo Gutiérrez Ruiz (1970-1975): Priísta de Tabasco nombrado por Luis Echeverría

Jesús Martínez Ross (1975-1981): Primer gobernador piísta electo de origen chetumaleño

Pedro Joaquín Coldwell (1981-1987): Priísta de origen cozumeleño

Miguel Borge Martín (1987-1993): Priísta de origen cozumeleño

Mario Ernesto Villanueva Madrid (1993-1999): Priísta de origen chetumaleño

Joaquín Ernesto Hendricks Díaz (1999-2005): Priísta de origen chetumaleño

Félix Arturo González Canto (2005-2010): Priísta de origen cozumeleño

Roberto Borge Angulo (2010 a la fecha): Priísta de origen cozumeleño

Anexo II: Familias político-económicas de Quintana Roo

Figura 1. Familia Joaquín (Cozumel)

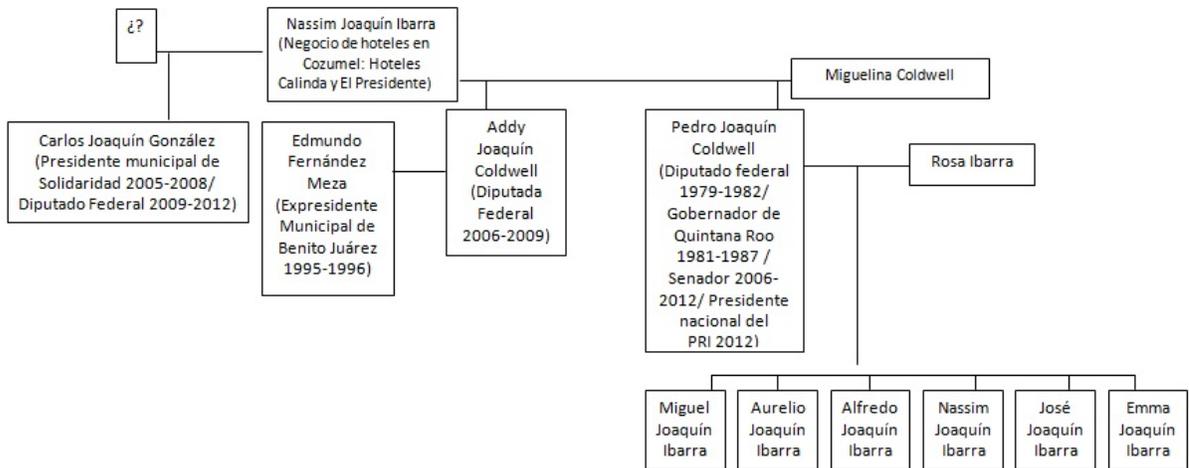


Figura 2. Familia Borge (Cozumel)

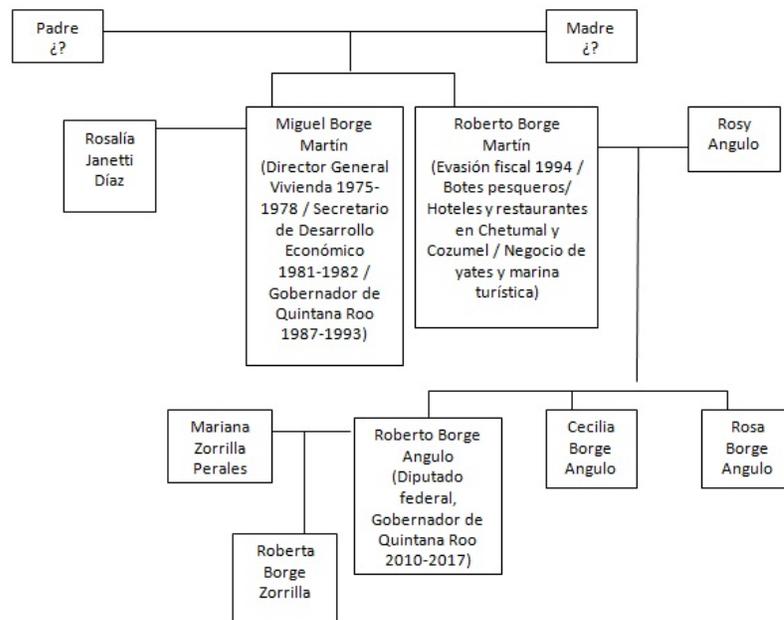


Figura 3. Familia Villanueva (Chetumal)

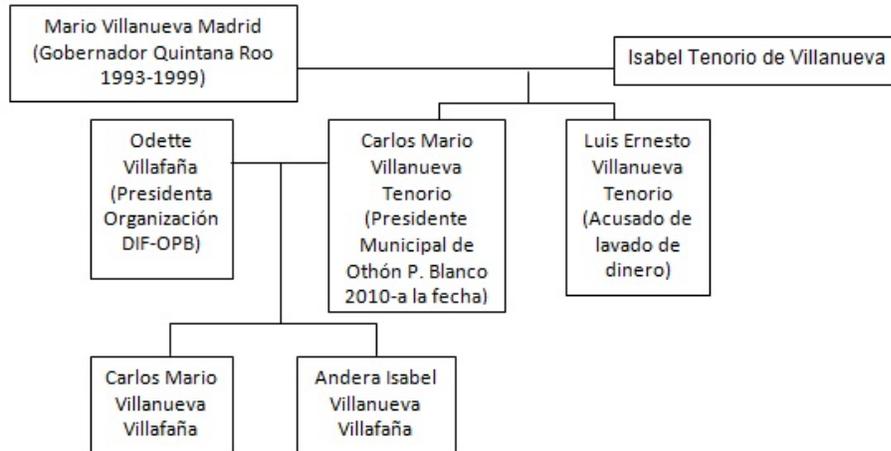


Figura 4. Familia Hendricks (Cozumel)

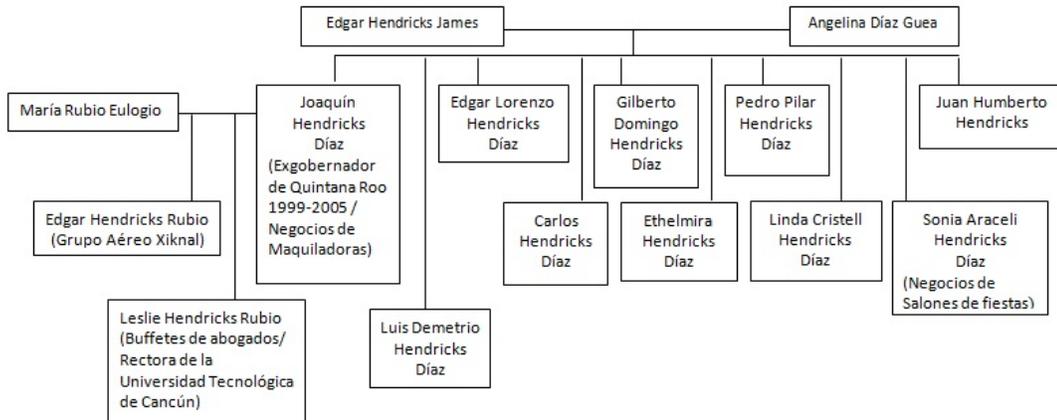


Figura 5. Familia González / Canto (Cozumel)

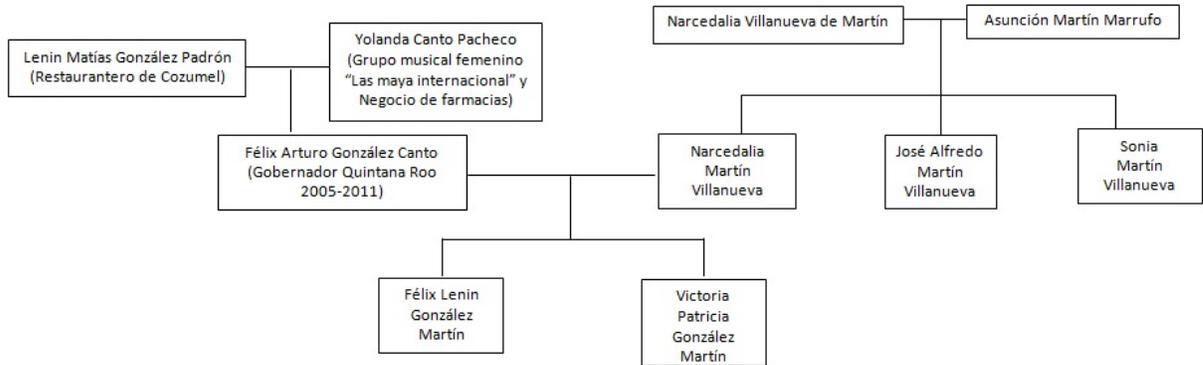
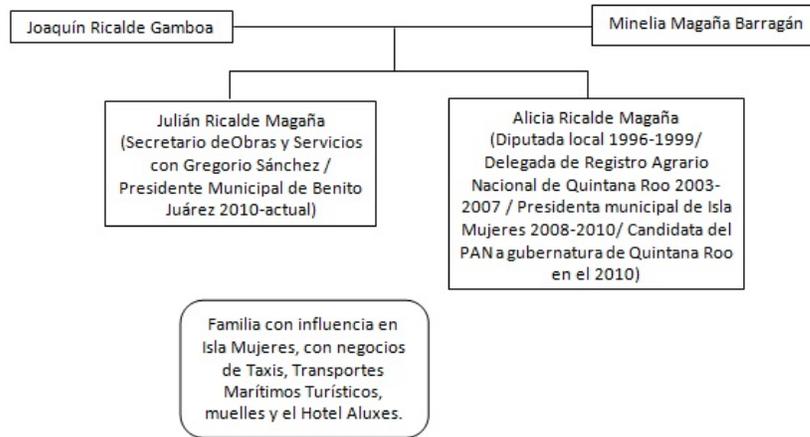


Figura 6. Familia Magaña (Isla Mujeres)



Fuente de todas las figuras: Elaboración propia con datos documentales y de campo.

Anexo III: Entrevista realizada a la periodista Tania Vargas Perea

Minerva Alavez: Nos puedes explicar cómo se dio la conformación política de Quintana Roo.

Tania Vargas: Pues mira, [en Quintana Roo] ya había grupos; ya se había formado una élite priísta, con Rojo Gómez, que fue el gobernador de Hidalgo, pues él hizo alianzas y formó, digamos la base del PRI que básicamente empezó en Cozumel, como en 1970.

En Cozumel todo empezó como una onda turística, o sea, cuando se repobló la isla, cuando en Yucatán se da la guerra de Castas que se van muchos de los que huyeron de Yucatán a la isla de Cozumel, algunos a Holbox pero son muy poquitos; básicamente en Cozumel y en Isla Mujeres. Con este señor Nassim Joaquin a desarrollar el turismo, él no empezó como hotelero empezó como restaurantero, pero impulsó a la isla como destino turístico, se empezaron a recibir cruceros y se empezaron a hacer los primeros hoteles, uno de los más antiguos es el Presidente. Y este señor, que tuvo muchos hijos, también tenía mucho poder económico, y entonces con él Rojo Gómez, digamos que empiezan las alianzas. El estado se forma con Echeverría pero desde antes con el del 68, con Díaz Ordaz, que empiezan a planear digamos que el crecimiento de Quintana Roo y es cuando se les ocurre hacer el destino turístico, mandan por parte del Banco de México a hacer los estudios al territorio a ver en donde se puede hacer el destino turístico, y entonces las personas que mandaron pensaron que Akumal era el mejor lugar, pero ya para entonces Echeverría, que era secretario de Gobernación, y básicamente él y sus hijos compran terrenos en Cancún y entonces éstas personas presentan este estudio; se los retachan, dicen que no, que Akumal no, que en Cancún porque ya tienen ahí los lugares, los terrenos, digamos comprados.

Pero para entonces Cozumel ya es un destino consolidado a partir de la actividad de los cruceros e Isla Mujeres se convierte como en el apéndice de Cozumel; mucha gente que va a vacacionar a Cozumel llega a Isla Mujeres de visita por día, o sea, en Cozumel te subes a una lanchita, te llevan a Isla Mujeres, te pasas el día y te regresan a Cozumel. Es básicamente el primer centro poblacional digamos más o menos importante. En lo que es el continente es

en Puerto Juárez, que son las colonias más antiguas de la zona de lo que hoy es Benito Juárez, y cuando con Echeverría se formaliza la creación del estado empiezan como las pugnas que en realidad no son pugnas sino como la creación de grupos locales: el de Chetumal y el de Cozumel como los más importantes y los más fuertes, porque en realidad Playa del Carmen pues era un pueblo de pescadores, Cancún no existía, Isla Mujeres también era dedicado a la pesca y al turismo y en realidad Cozumel era la fuerza económica del estado.

(MA): Ahorita mencionaste al grupo de Chetumal, ¿te acuerdas quién estaba encabezando ese grupo en Chetumal?

(TV): Sí, Jesús Martínez Ross, que fue de hecho el primer gobernador de Quintana Roo, y eso lo logran porque Chetumal es la capital a pesar de que Cozumel es un potencial económico, en Chetumal por ser frontera se decide que sea la capital precisamente por eso para que ahí estén las bases militares, la marina y además pues por la división, básicamente por la división fronteriza.

(MA): Para entonces, ¿Belice todavía era colonia?

(TV): Sí

(MA): ¿Tenía que ver con esa colindancia con un polo que tenía un constante traslado de mercancías con Europa?

(TV): Sí, y de hecho durante muchísimos años, hasta los ochenta y casi los noventa, el estado en general era zona libre, libre de impuestos, y por eso Chetumal se mantiene como fuerza económica, porque ahí llega mucha mercancía que se reparte en las partes más céntricas de la Península, o sea en Chiapas, en Campeche en zonas donde digamos se hace la "Y" de la Península, donde se juntan los tres estados. Sin embargo, en Chetumal por eso florece tanto el comercio como tal, porque es zona libre. Y entonces eso resulta muy atractivo para la gente de la Península en general, que va a Chetumal a comprar mercancía extranjera y pues en sus estados la venden, la revenden.

(MA): A ver, entonces, haciendo el recuento: tenemos el grupo de Chetumal pero el de Cozumel era más fuerte.

(TV): Eran más fuertes, cuando eran priistas. Precisamente te digo con Rojo Gómez y la alianza con Nassim Joaquín en realidad todos eran priistas, era el único partido que había en Quintana Roo y que hubo durante muchos años. Por eso entre esa jugarreta que hacían los priistas y que Nassim Joaquín aprovechó la fuerza económica de Cozumel, que su hijo es electo el segundo gobernador del estado que es Pedro Joaquín. Todos eran priistas.

(MA): ¿Y cómo se da la llegada de gente llevada por el PRI al norte del estado?

(TV): Lo que pasa es que cuando se empieza a desarrollar Cancún, empiezan a traer un montón de trabajadores, básicamente albañiles primero para construir desde la carretera, la isla, los hoteles y las primeras colonias de Cancún, que eran para la gente que trabajaba en la construcción de la isla de Cancún.

(MA): Entonces aquí hay un dato que ya es importante resaltar, ¿la cúpula priista siempre ha estado también en la cúpula empresarial que sigue hasta la fecha?

(TV): Sí, sí, hasta la fecha. Ahora hay algunos ahí medio que no son tanto pero eso es a partir del 90, o sea durante el '74 al '94 básicamente es un poder absoluto del PRI aliado con los empresarios. La pugna en el PRI en Quintana Roo se da entre el grupo de Chetumal y el grupo de Cozumel durante todo este tiempo, y en realidad lo que hacen es como alternarse el poder porque el primer gobernador fue chetumaleño, el segundo cozumeleño, el tercero también fue cozumeleño pero el cuarto ya fue chetumaleño también.

(MA): Y hasta la fecha, ¿esa diferencia en los grupos permanece, pueden hacer pactos?

(TV): Sí, de hecho las pugnas que hacen división empiezan en Cancún porque cuando hay un señor Polanco, ahorita me acuerdo bien de su nombre, que es el papá de Berenice Polanco, que fue candidata perredista, el papá es el que se enoja con los priista porque él sabe que tiene en Cancún una fuerza política muy grande pero no lo nombran candidato nunca, porque en realidad no pertenece a ninguno de estos dos grupos, entonces se enoja y el

forma Convergencia allá; pero eso ya fue por el '96, creo, por allá. Mientras la fuerza trabajadora tenía que pertenecer al sindicato, y los sindicatos tanto la CTM como CROC eran priísta, y eran como la base dura del PRI; ya sabes, siempre presionando y siempre condicionando a los trabajadores para darle el triunfo al PRI.

(MA): ¿El voto corporativo?

(TV): Exactamente, que se forma el Barzón, aquí en México empezando bueno creo que empezó en el norte, luego llegó al D.F. y llegó hasta Quintana Roo, por el '88.

(MA): Después de lo de Salinas.

(TV): Sí, que es cuando se forma el PRD, y los fundadores del PRD, que digamos nunca, cómo te diré nunca fueron considerados una fuerza priísta, sino que eran como los que se mantenían al margen, pero cuando se forma el Barzón y tantísima gente pierde propiedades, casas y todo, ya sabes, y empiezan los juicios, entonces el PRD ve la oportunidad de formar sus grupos allá y entonces es a partir de eso que son los primeros perredistas del estado que están en Cancún son abogados que defendían las causas de los Barzonistas, entre ellos está Elba Capuchino que fue candidata del PRD que perdió con Magaly Achach.

(MA): ¿Esto también fue en el '96?

(TV): En el '95 creo o '94. El asunto es que con esta señora, Elba Capuchino, se forma formalmente la base perredista y entonces porque se dan cuenta por primera vez que sí hay gente que ya no quiere ser priísta, ¿me entiendes? Y es cuando empieza a crecer, pues aparece después, por ahí del '98 o el 2000, aparecen el PT, pero realmente siempre como un apéndice del PRD allá y con Elba Capuchino se dan cuenta de que tienen fuerza y posibilidad y entonces es cuando el PRD se pone a trabajar, ya sabes que además muy mal, pero forman sus cuadros y forman sus grupos y ahí se empiezan a extender, pero se extienden a las comunidades, o sea, se extienden a Felipe Carrillo Puerto, a comunidades de José María Morelos, porque en los lugares que son fuerza económica ahí no; sólo con este señor Polanco en Chetumal tiene mucha importancia Convergencia en los noventa, porque fue nombrado diputado creo que fue el primer diputado de oposición que hubo, creo que era

Jorge Polanco Bueno. Y finalmente ese señor, cuando Magaly Achach que ya había sido presidenta municipal de Cancún, bueno de Benito Juárez, y que le ganó así como por 600 votos la perredista esta Elba Capuchino, que quiere ser ella candidata del PRI no la nombran candidata del PRI se enoja se pelea con los priístas se va a Convergencia con este señor Polanco pero en realidad toda su base era priísta, lo que pasa es que esta Magaly era lidereza de colonia, tú sabes que cuando Cancún empieza a formarse y empieza a crecer y entonces la gente necesita...

Básicamente, esas liderezas toman mucha fuerza porque se convierten en líderes invasores y entonces invaden zonas, como por ejemplo la región 96, reparten los predios pero siempre condicionando a la gente para que vote por el PRI.

(MA): Claro, claro

(TV): Ella por eso gana la elección, porque tiene una fuerza en el FUC, que es el Frente Unido de las Colonias, que es así como sindicato. Igual su voto corporativo que era muy fuerte, y además como regularizan los precios a través del INFOVIR que es el instituto de la vivienda que pues, cómo te diré, casi casi te tenías que inscribir al PRI para que te dieran un predio en el INFOVIR, o la otra, te aliabas con este Frente Único de Colonos, invadían una zona y entonces exigían que se les regularizara y entonces los gobernadores o los presidentes municipales aprovechaban esa coyuntura para condicionar a la gente. Con Mario Villanueva eso se dio en Benito Juárez de una forma muy grave porque después de con el crack provocado por Salinas pues mucha gente dejó de pagar los créditos para vivienda y muchas colonias que ya estaban construidas pero que no habían entregado las casas o que estaban a medio construir que no las alcanzaron a entregar porque la gente dejó de pagar fueron invadidas, te digo que como ejemplo esta la 92 y la 96. Me acuerdo que Mario Villanueva hasta iba a las colonias a ver si podían las personas salirse para tratar de apoyar a los constructores, uno de ellos era esposo de la hermana de Salinas, pero la fuerza popular, que eran bastante violentos, pues no, ni le condicionaban el voto, sabes que aquí yo me acuerdo mucho de una manifestación ahí en la esquina de la Miguel Hidalgo y de la segunda entrada de la 94, terrible, de horas con Mario Villanueva ahí tratando de negociar con los invasores y al final acabó cediendo y les regularizaron las colonias.

(MA): Claro, tampoco le convenía en ese momento.

(TV): Claro, pues a él le interesaba mucho tener el apoyo popular.

(MA): Sí, porque él estaba haciendo sus propios negocios. Para ese entonces, ¿ya se sabía o todavía no se sabía?

(TV): No, no, no eso se supo hasta el día que iba a tomar posesión, porque has de cuenta que ya lo había venido a ver el (inaudible) ya lo habían acusado y señalado, ya le habían tomado declaración y en el estado siempre se había negado que él perteneciera a nada de eso y no, no, no, ya había ganado Joaquín Hendricks y haz de cuenta que hoy da su discurso de despedida y hace una gran fiesta porque el domingo va a entregar el poder a Joaquín Hendricks, y el sábado ya nadie sabía dónde estaba, y Joaquín Hendricks le entregó al presidente del Congreso estatal, o sea, le toma la protesta, porque Mario Villanueva ya no estaba, y bueno ahí hay mil historias de que (inaudible) Pacheco que era pues siempre el Porfirio Díaz de Yucatán, que un sexenio él era gobernador al siguiente él ponía uno y luego volvía a repetir y así se la pasó como tres veces, si no es que más, y decían que estaba en su rancho en Yucatán, pero bueno, pues eso ya es rumorología.

(MA): Eso ya es una información que no tiene fundamentos y es muy difícil no mencionarla, porque a veces toda esa información que es *vox populi* es cierta, pero cuando no tienes forma de...

(TV): Sí, de comprobar, sí, se convierte en... por eso te digo, rumorología, porque este Mario Villanueva siempre se portó como un dictador, pero de algún modo también supieron ganarse las simpatías de los empresarios de Cancún y los empresarios de Cozumel; tuvieron durante muchos años pleito, pleito por los turistas, pleito porque se le invertía mucho a Cancún y a Cozumel no; los de Cancún nunca han querido los cruceros, por eso en Cozumel en vez de irse o de expandirse los empresario hacia Cancún, se expanden hacia Playa del Carmen.

(MA): Y, ¿era una zona que prácticamente todavía estaba virgen?

(TV): Sí, pues te digo que era un pueblito de pescadores y lo que existía era el muelle porque era el paso de las mercancías, porque Puerto Juárez ya pertenecía a lo que es Benito Juárez en Cancún, pues ellos ya no querían tener nada que ver con ellos...en esa época Mario Villanueva, por ejemplo era (inaudible) Casi muere; y entonces los empresarios de Cancún siempre han sido bien barberos con los gobernadores y este Mario Villanueva se aprovechó de eso, y claro que les dio mucho, fue una época en que hubo un auge y se les permitió a los empresarios crecer y sin ningún respeto al medio ni a ley, ya sabes, más que al puro capital y a la lana. Luego el dueño de Turquesa que es Gastón Alegre, se fue a Quintana Roo, el era del grupo de acá de PRI, el trabajo muy cerca de López Portillo, y cuando López Portillo digamos que en los últimos años de su sexenio que se devaluó el peso, y que empezó a perder el poder, además porque ya se le estaba acabando el tiempo, Gastón Alegre se va y le conceden la posibilidad pues de tener su estación de radio con una idea de hacer de algún modo contrapeso con el grupo yucateco formado por García Lavín, que es el dueño, el fundador de Novedades y del grupo SIPSE, pero ellos eran yucatecos y entonces como que Gastón Alegre llega a ser el contrapeso en ese sentido, en el sentido del espectro de radio.

(MA):Y sin querer ya llegaste al otro tema que no te alcance a mencionar que es precisamente el papel que han tenido los medios de comunicación en todo el desarrollo político del estado, y ahorita pues ya me estás diciendo que están estrechamente ligados también al PRI.

(TV): Sí totalmente, pues el señor este García Lavín logra que en Yucatán le den la concesión de radio, él ya tenía su periódico que fundó con ayuda del Novedades del DF, por eso se llama Novedades porque eran como una franquicia, por decirlo así; pero este señor pues que fue electo logra consolidar su grupo con radio y televisión los únicos canales de televisión que hay en Yucatán y en Quintana Roo son de ellos, y entonces este señor se convierte en un superpoderoso y luego llega Gastón Alegre a hacer el aparente contrapeso como para quitarle el monopolio pero en realidad Gastón Alegre casi casi como enviado de López Portillo.

(MA): ¿En que año fue eso que dices, lo de Gastón Alegre?

(TV): En el ochenta... creo '88, aunque no es cierto porque él se va en el '84, pero bueno ponle que no llegó siendo un potentado, sin embargo sí llegó con mucha lana y mucho poder porque él se compró su terreno en Cancún, él es el dueño del Turquesa que durante muchos años fue un hotel de los más exclusivos que había en el estado, era donde llegaban los artistas, o sea los fundadores, éstos, del Planet Hollywood el Stallone, Bruce Willis, llegaban a ese hotel porque ahí veías a los artistas de Hollywood; pero hasta ese momento Gastón Alegre solo era empresario y además siempre ha sido como muy descarado para la promoción política, entonces siendo un empresario tan poderoso, también es muy, o sea nadie lo quiere digamos en su grupo político porque es chilango, bueno creo que no es precisamente del D.F. pero él venía del D.F.

(MA): Bueno pero una cosa es que no les caiga bien y otra que no aproveche el poder que tiene para expandir también su influencia.

(TV): Pero por eso se pelea y por eso se hace perredista, y cuando el primero se postula aparentemente sin partido, luego pues como no puede él le mete mucha lana al PRD y el PRD que no tenía líderes con fuerza como para postularse para algo tan grande como la gobernatura, básicamente porque no tenían respaldo económico y él dice: "órale yo les compro la candidatura, les doy lana, pero yo soy el candidato" y le dicen que sí, entonces él empieza, no se si tu hayas oído Turquesa de repente... Pero sí era muy descarado en sus anuncios.

(MA): Retomemos, hace rato estabas diciendo que los grupos políticos provenientes de Yucatán eran los que habían logrado la concesión para los medios, pero ahorita me dices que Gastón prácticamente venía del centro.

(TV): Sí, Gastón viene del centro pero Novedades ya tenía 15 años, su canal de televisión ya tenía más, o sea ellos ya tenían así su...

(MA): Su tramo andado.

(TV): Sí, mucho antes, de hecho Novedades se imprimía en Yucatán. Hasta hace, no sé, ponle que 4 años, primero en Yucatán y luego en Chetumal, y estos antes se dedicaban pues a

venderse, siempre han apoyado a los gobiernos priistas. Gastón Alegre los apoyó hasta que le dijeron que él no, y dijo: “¿Ah, no? Cómo no, me voy con el PRD.” Pero te digo, Gastón Alegre ha sido muy cínico para hacer comerciales, propaganda, sus campañas, y además te digo que él las graba, o sea, aunque no es un locutor de la estación. Hasta hace muy poco tiempo era Gastón Alegre, él hablando y diciéndole a la gente “no votes por el PRI, te ha quedado mal, el PRI no te ha cumplido si vives en tal colonia, por eso no...” Por ejemplo, Playa del Carmen y la gente de la Colosio, era muy priista porque Salinas formó, cuando Salinas fue presidente se formó el municipio de Playa del Carmen.

(MA): De Solidaridad, ah, pues por eso se llama Solidaridad.

(TV): Por eso se llama Solidaridad precisamente, y entonces regulariza muchos y les da poder político, pero el poder político de los priistas en Playa del Carmen era una rama del poder político de Cozumel, de los Joaquín, por eso hace dos alcaldías el Joaquín que fue presidente municipal, que ahora es diputado, este cuate es hijo de ese señor de otra de sus esposas, pero es hermano de Pedro Joaquín y de Addy Joaquín, quien se hizo panista cuando no lo postularon para gobernador los del PRI, ya había sido diputada, ya había senadora, ya había sido diputada local, diputada federal.

(MA): Ese es otro aspecto, la forma en que la federación ha permitido que Quintana Roo prácticamente sea un lugar en que sus propias reglas son las que siguen prevaleciendo.

(TV): Mira yo creo que tiene que ver con el hecho... son los priistas que tienen esa forma de actuar, que el PRI tuvo a nivel nacional durante sus últimos años con el voto corporativista, el apoyo a los empresarios por eso sigue siendo tan fuerte; es como si en el 74 que se forma el estado de Quintana Roo el PRI hubiera empezado su historia de México de los 40.

(MA): O sea que, ¿faltan treinta años para que haya una transición acá? Notamos una vez más que la realidad del centro es completamente diferente de las entidades más alejadas. El caso de Quintana Roo no es visible, no sólo por la lejanía con el centro sino por la propia conformación de la población, a pesar de que hay mucha gente que viene de fuera y que trae unas ideas, pues diferentes, de hacer las cosas de otra manera, la forma yucateca sigue

siendo la forma preponderante de hacer las cosas, y es una forma muy terca; y además no tienes cómo hacerle contraposición, o sea: te adaptas o te adaptas.

(TV): Y además si a eso le sumas que los perredistas son unas fichitas, pues no tienen la mesa puesta, y el PAN pues tomó fuerza en Quintana Roo con Fox, todos los panistas de Quintana Roo eran priistas, todos.

(MA): ¿Muchos empresarios?

(TV): Sí, la “Meche” Hernández, que fue la delegada de SEDESOL, ella contendió, fue la primera vez que el PAN presentó un candidato para presidencia municipal de Benito Juárez, fue esa señora, que ya ahorita la pusieron creo que de plurinominal para el Senado, esta señora tenía una agencia aduanal, supongo que todavía.

(MA): Sí, los negocios no los abandonan, al contrario, los hacen más grandes.

(TV): Y ella logró el apoyo de muchos empresarios pues porque los conocía y era sus círculo, pero los empresarios su capital se mueve por donde les conviene.

(MA) :A ver, ya estamos aterrizando al año que me interesa, el 2010, que fue la última elección a gobernador. Cómo mucho de esto que hemos estado ahorita mencionado no ha cambiado, al contrario hasta se hace más patente, por ejemplo las mismas prácticas de fraude para los votos son renovadas, ¿ahí que papel juega Borge?

(TV): Pues es que Borge es el títere, el títere de los cozumeleño. Borge es sobrino de uno que fue gobernador, de Miguel Borge Martín, es hijo de su hermano y en Cozumel pues es una sociedad tan pequeña y además los empresarios son también un grupo muy pequeño y entonces todos son parientes, Joaquín, que fue presidente municipal de Solidaridad, es el hijo de Nassim, Félix González Canto se casó con la prima de Borge, la hija del exgobernador.

(MA): ¿Él mismo es de alguna otra familia?

(TV): Sí, de los Canto, los de las farmacias.

(MA): Bueno, entonces para hablar de Borge tenemos que hablar primero de Félix.

(TV): Borge era el secretario particular de Félix. Es primo político, es igual es el juego de alianzas de esta empresa que casan a sus hijos con los de la otra empresa y ya son una, y van a luchar por obtener sus ganancias y por colocarse, o sea, por mantener el poder político y económico.

(MA): O sea, independientemente de que no hubiera hecho la estrategia que hicieron, que fue darle con todo a Greg, que de todos modos Greg no tenía posibilidad, precisamente porque no era parte de ninguno de estos grupos.

(TV):Exactamente.

(MA): Pero, a mí me llamó mucho la atención la forma en que estos grupos políticos, que saben que tienen tanto poder en el estado, que pueden hacer y deshacer sin ningún problema... A Andrés Manuel en el 2006 lo quitaron de la jugada pero de una manera mediática, que primero intentaron hacerlo con lo del famoso desafuero, cuando no pudieron ya se fueron con los medios, pero a Greg sí le dejaron ir lo legal completito y no había visto una forma tan agresiva, bueno, más que la muerte de Colosio, de quitar de la jugada a un oponente, para mí fue muy emblemático.

(TV): Claro, y es que en el fondo Greg tampoco tenía el apoyo perredista, es postulado por Convergencia y el PT.

(MA): ¿Y al PRD no le quedó otra más que aliarse?

(TV): Porque ya habían hecho una alianza nacional.

(MA): Pero otra vez ya nos desviamos, estábamos con lo de Félix para llegar a lo de Borge. Cuando Félix llega a la gubernatura básicamente no se han modificado las fuerzas políticas en el estado, o sea, ya había presencia del PRD y el PAN, pero el PRI sigue dominando gracias precisamente a esta alianza estratégica que tiene de los empresarios por los años que ha dominado y la forma que se ha alternado en el poder entre los grupos políticos.

(TV):Exactamente.

(MA): Sin embargo, esta visión de alternancia que se da a nivel federal yo pensé que sí iba a tener algún eco en la localidad, pero no es así.

(TV): Pero lo ha tenido en Benito Juárez, de alguna manera, porque Benito Juárez está formado por gente que no es de ahí, por gente del D.F., de Guerrero...

(MA): Por eso en la presidencia municipal sí ha habido alternancia, pero, ¿es porque no les ha quedado de otra?

(TV): Primero con el "Chacho", que se postula por el partido verde, por eso creció el verde allá.

(MA): Pero el verde casi siempre ha estado a expensas del PRI.

(TV): Sí, pero el "Chacho" les volteó bandera porque los priístas del estado no lo querían, y él también es grupo empresarial, ellos son Best Day, los Royal, y él igual compró su candidatura, luego los del verde lo negaron y fue entonces cuando se pasó al PRD.

(MA): Pero ya que había ganado.

(TV): Sí, y se enojaron con él porque no les dio lugar y fue una sorpresa que ganara, no era esperado.

(MA): ¿Con quién contendía, quién era favorito?

(TV): El priísta, el que fue del Sindicato de taxistas, Víctor Viveros, pero Viveros la regó horrible porque tranzó a su base, pero además les hizo un montón de jugarretas, por ejemplo, la gasolinera que creó, que finalmente recuperaron, supuestamente era del sindicato y cuando él deja la administración del sindicato para irse a la política de plano a contender por el PRI, los taxistas se dan cuenta de que la gasolinera está a su nombre, y así tranzas y tranzas, por eso no lo apoyaron.

(MA): Y entonces, ¿qué pasa con el Poder legislativo?, si dices que es la copia de lo que fue el PRI en su apogeo a nivel federal en los setenta, pues es obvio que el legislativo no tiene mayor poder.

(TV): No, en absoluto, de hecho es parte de lo mismo.

(MA): O sea, ¿son empresarios parte de estos grupos políticos que también se van alternando?

(TV): Sí, de hecho en la Legislatura pasada eran creo que siete los diputados de oposición, eran unos verdes unos panistas y unos perredistas pero ha sido contundente la mayoría priísta, igual porque en muchos municipios los lanzan como candidatos a alcalde pero no hay más y los priístas avasallan para diputados y para el Congreso.

(MA): ¿Y del IEQROO?

(TV): Vendidos, totalmente vendidos, y alguna vez se metieron en un lío cuando en Benito Juárez estaban conteniendo Magaly Achach y Elba Capuchino, estuvieron encerrados tres días con todas las urnas contando votos uno por uno porque no había manera y al final porque le anularon un montón a la otra y le dieron el triunfo a Magaly. En esta última elección de Borge tuvieron un montón de broncas porque el consejero presidente había sido priísta y renunció al PRI para que le dieran el puesto, y el IEQROO siempre ha sido un apéndice porque además tampoco se han distinguido por ser unas lumbreras, de hecho el que era consejero presidente del IEQROO cuando ganó Borge ahora es el de derechos humanos.

(MA): Ah sí, Enrique Mora.

(TV): Sí, es que son concesiones y funcionan para eso.

(MA): ¿Y tú cuál crees que sea el papel de la ciudadanía en este caso? Por ejemplo esto que estábamos platicando sobre todo de gente que es de la región y está más enterada de las cosas pero acata, hay cosas que no les parece y a lo mejor nada más cambian de partido pero a fin de cuentas no se hace ni un movimiento ni una participación más activa para poder cambiar algo.

(TV): Pues es que yo lo que creo es que el principal problema es que la gente que se va para allá se va para trabajar y entonces tienen cero interés en crear comunidad y crear ciudadanía,

la gente que forma ese tipo de asociaciones y de organizaciones son gente que tiene muchos años acá y ya sabe que se va a quedar aquí, pero la gran mayoría de la gente primero se va a probar y luego muchos no se quedan y luego los que se quedan se ven absorbidos por esa necesidad de trabajar y con los trabajos que hay matadísimos, la gente no se ocupa. Si te digo que las organizaciones más antiguas son las invasores y las de colonos y párale de contar. Normalmente las asociaciones han sido así, como para apoyar al DIF, porque realmente no hay participación; las empresas han creado sus sindicatos blancos y por un lado siempre estuvieron ahí presentes la CROC y la CTM, creo que ahora la CROC es más fuerte que la CTM, pero de todos modos ya están como muy en declive.

(MA): En declive en cuanto a presencia pero no en cuanto a cuotas.

(TV): Mientras haya albañiles...

(MA): Sí, prácticamente es lo que decíamos: adaptarse para sobrevivir, y eso implica a veces ni siquiera votar porque también los índices de participación son muy bajos, no implica una preocupación primordial, y precisamente por eso yo creo que siguen teniendo tanto poder.

(TV): Sí, claro por que en realidad la ciudadanía no existe como fuerza política.

(MA): Y bueno todos los medios de comunicación que son más nuevos, por ejemplo las repetidoras o las sucursales de estas televisoras, Televisa y TV Azteca, ¿se adaptan también?

(TV) :Claro, pertenecen al grupo empresarial. La que compró la concesión de TV Azteca, Ayala Portilla, ella es hija de un hotelero; también los que tienen Fórmula son los Vera, con Ciri Vera que es la hija y con el papá y la mamá que son los que lograron tener esa franquicia ya eran empresarios también y entonces lo que hacen, digamos inteligente, las cúpulas priístas, los gobiernos priístas ha sido en saber cooptarlos, o sea, los compran a través de la publicidad y a través de los convenios y entonces tienen convenio con todos los directores de periódicos, por eso no les tiran, y a veces a funcionarios sí les avientan sus piedras pero lo que es a las funciones del gobiernos del estado y del congreso no, para nada.

(MA): De hecho ahorita a Ricalde le están dando con todo.

(TV): Sí, es del partido opositor y además no les hace el juego, eso de quitarles tantísimo dinero por deudas de la época de Mario Villanueva... Pues así. Básicamente así es como está todo por acá.

(MA): Pues muchas gracias por la información que me has compartido. Espero que este panorama casi sombrío pronto pueda empezar a modificarse. Muchas gracias.