

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
INSTITUTO ELECTORAL DE QUERÉTARO



Querétaro:

democracia a dos bandas

Campañas y elecciones en 2009

Martha Gloria Morales Garza
Germán Espino Sánchez

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Dr. Gilberto Herrera Ruiz
Rector

Dr. César García Ramírez
Secretario Académico

Q.B. Magali E. Aguilar Ortiz
Secretaria de Extensión Universitaria

Dra. María Teresa García G. Besné
Directora de Difusión Cultural

Mtro. Carlos Praxedis Ramírez Olvera
Director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

José Luis de la Vega Romero
Coordinador de Publicaciones

INSTITUTO ELECTORAL DE QUERÉTARO

Lic. José Vidal Uribe Concha
Presidente del Consejo General

José Ramón Montijo González
Diseño Editorial
Gabriela Lorena Roldán
Fotos de portada

D.R.© Universidad Autónoma de Querétaro,
Centro Universitario, Cerro de las Campanas s/n,
Código Postal 76010, Querétaro, Qro., México

ISBN:

Primera edición, Mayo de 2012
Hecho en México
Made in Mexico

La ciudad pierde a sus jóvenes y el año su primavera

Discurso fúnebre de Pericles según Aristóteles

Por el silencio de los justos, por tu silencio y por mi silencio,
el mundo ya no es digno de la palabra, es mi último poema, no
puedo escribir más poesía... la poesía ya no existe en mí

Javier Sicilia

Índice

Voto en Querétaro: ¿cálculo o albur? A manera de prólogo	7
Marcela Ávila Eggleton	
Luis Alberto Fernández G.	
El proceso electoral de 2009 fue trastocado por Televisa y TV Azteca	19
Germán Espino Sánchez	
Ni derrota final para el PAN, ni triunfo absoluto del PRI;	
los gajes del oficio en la democracia	65
Martagloria Morales Garza	
Aristóteles Ramírez	
El voto independiente domina el escenario electoral de Querétaro	101
Germán Espino Sánchez	
Los factores coyunturales que propiciaron la derrota del PAN	
en las elecciones por la gubernatura de Querétaro en 2009	159
Martha Gloria Morales Garza	
Conclusiones generales: Querétaro en la encrucijada nacional	195

Anexos: Foro de análisis ¿Qué pasó el 6 de julio?	199
La estrategia de la campaña de Pepe Calzada	203
José Adolfo Ibinarriaga	
Elección de 2009: Querétaro, causas del fracaso del PAN	213
Julio Senties Laborde	
PRD, la izquierda y la elección del 5 de julio en Querétaro:	
limites, alcances y perspectivas	229
Arnulfo Moya Vargas	
El factor Calzada	245
Juan Antonio Isla Estrada	

Voto en Querétaro: ¿cálculo o albur?

A manera de prólogo

Marcela Ávila Eggleton

Luis Alberto Fernández García

En el presente libro se compilan artículos que evalúan las campañas y el proceso electoral de 2009. Tres artículos describen la circunstancia de Querétaro en este proceso y uno de ellos la circunstancia nacional. En el primer artículo de este libro se describe el panorama general de las campañas federales legislativas intermedias de 2009. En el segundo artículo se analizan las campañas y los resultados electorales de la contienda por las diputaciones federales que corresponden al estado. En el tercer artículo se describe el curso de las campañas por la gubernatura de Querétaro en 2009. En el cuarto artículo se hace un análisis de los resultados electorales de las campañas para gobernador en Querétaro 2009. Por último se presentan las conclusiones generales del libro y una sección de anexos; en esta última se publican las ponencias de un foro sobre las campañas del 2009, en este evento se presentaron las versiones de actores que participaron o testificaron desde dentro las campañas locales del PRI, del PAN y del PRD.

Los estudios electorales en Querétaro –como, de hecho, sucede en todo el país- son todavía escasos y las series históricas que revisan, breves. No es extraño. Antes, sencillamente, los comicios no despertaban el interés de nadie, las cifras no eran confiables y los procesos político-electorales mismos eran poco más que irrelevantes. De esta manera, a pesar de que en Querétaro la alternancia es un hecho desde principios de la década de los 90 en varios municipios y en el gobierno del estado, los estudios empíricos, como lo señala en su texto sobre las elecciones de 2009 Germán Espino, no han suscitado suficiente interés de los académicos y, ni siquiera, de los propios partidos políticos.

En efecto, ni durante las campañas de 1997 –cuando el PAN se levantó con un inopinado triunfo- ni en 2009 –cuando el PRI ganó la gubernatura después de 12 años- se dieron a conocer estudios empíricos. Al parecer, no se hicieron y lo que el público observaba en los medios de comunicación –sin darle crédito a propagandas interesadas, disfrazadas de falsas técnicas- eran torpes triunfalismos.

En el ánimo de explicar el fenómeno de la alternancia, así como el impacto de las campañas y los medios de comunicación en el comportamiento de los electores, los trabajos que aquí se presentan muestran un esfuerzo sistemático por definir, desde diversas perspectivas, una explicación plausible que nos ayude a interpretar diversos procesos electorales de 2009, tanto en el estado de Querétaro como en la escala nacional. A lo largo de los siguientes capítulos, Martha Gloria Morales Garza y Germán Espino nos ofrecen algunos elementos del comportamiento de ciudadanos y partidos que resultan fundamentales para entender los resultados de las elecciones.

Morales Garza nos ofrece una explicación del proceso electoral desde las teorías del comportamiento electoral, es decir, de la conducta que vincula al ciudadano con el Estado manifestada a través del voto (Peschard, 2000).

Los primeros estudios sobre comportamiento electoral se remontan al primer tercio del siglo XX en los trabajos de Stuart Rice, Samuel P. Hayes Jr. y Merriam y Gosnell,¹ sin embargo, no es hasta 1944, cuando Paul Lazarsfeld, encabezando un equipo de investigadores del *Bureau of Applied Social Research* de la Universidad de Columbia publica el primer estudio académico basado en un proceso electoral, que centraba la atención en los votantes individuales.

A partir de 1944, se consolidaron tres escuelas de investigación en comportamiento electoral: la de sociología política con sede en la Universidad de Columbia, basada en la premisa de que el voto es una conducta de grupo que se explica a partir de características sociales, demográficas, regionales o económicas que comparten los individuos de determinada región y se fundamenta en el impacto que tiene una dimensión social sobre la conducta de quienes lo habitan; la de psicología política, que tuvo su origen en la Universidad de Michigan y define al voto como un acto individual, motivado por percepciones y orientaciones personales y subjetivas, de modo que el comportamiento electoral es resultado de la predisposición y actitudes del elector (Campbell, Converse, Miller, Stokes, 1960); y la de economía política o enfoque de elección racional que define al voto como un acto individual que responde a las situaciones particulares en las que se emite, es decir, son factores de corto plazo y/o coyunturales los que lo determinan. El elector decide su voto en función de un cálculo de la utilidad esperada (Downs, 1957).²

¹ Cfr: Miller (1996).

² Cfr: Carmines y Huckfeldt (1996).

Estas tres tradiciones, si bien confrontadas en términos teóricos y metodológicos, convergen en el estudio de la política electoral y coinciden en el énfasis en el votante individual y la capacidad de los ciudadanos de funcionar en la política democrática. Sin embargo, en los últimos años, se ha generado evidencia en torno a que el comportamiento del electorado es mucho más consistente que el de los votantes individuales que lo integran; por lo cual, el análisis del electorado en su conjunto permite un análisis más certero en torno a diversos acontecimientos políticos (Page y Shapiro 1992; Fiorina, 1996). Esto último muestra la relevancia de analizar el comportamiento electoral con base en datos agregados y no exclusivamente a partir de encuestas.

Partiendo de estas perspectivas teóricas, el estudio muestra que el peso explicativo de las variables coyunturales se incrementó considerablemente en 2009 poniendo de manifiesto que una buena parte del electorado queretano toma decisiones racionales al momento de votar, producto de una serie de factores que inciden, no sólo en el partido o en la realidad electoral del momento, sino, también, en los mecanismos que los orillaron a elegir. Esto muestra que las teorías de la elección racional ofrecen mayores elementos explicativos del comportamiento de los votantes en 2009.

Según Anthony Downs (1957), los electores son individuos racionales y ven a las elecciones estrictamente como medio para seleccionar el gobierno que más les beneficia en cada circunstancia. El ciudadano evalúa la utilidad que le proporcionaría cada partido si éste estuviera en el gobierno.

Esta “conveniencia” es un concepto amplio, ya que cada ciudadano tiene una postura acerca de lo que le conviene; en ello coincidirá, naturalmente, con muchos otros ciudadanos y el analista podrá hablar, incluso de *tipos* –

conductas típicas, regularidades de la conducta humana- pero el principio metodológico de esta escuela es el individuo. La acción colectiva, siendo la base de la política, no es un presupuesto metodológico ni algo que pueda suponerse espontáneo en los actores; es, más bien, algo construido, una consecuencia de determinadas --y sólo de determinadas-- circunstancias. Hay electores que preferirán a determinado partido³ por estar personalmente ligados al candidato y evaluar que su triunfo los favorecería inequívocamente; otros más, consideran que el triunfo de determinadas siglas o personas corresponde a sus tradiciones o a sus valores; los demás --en la actualidad, aparentemente, los más- tratan de maximizar la utilidad de su voto.

Este último tipo de elector trata de basarse en hechos, no en conjeturas, de manera que para hacer su estimación, el primer factor a evaluar no serán las promesas de campaña, sino el comportamiento del partido durante el periodo inmediatamente anterior. Es decir, el votante compara la *utilidad realmente recibida* en virtud de las acciones del partido gobernante con la que estima *hubiera recibido* si los partidos de la oposición hubieran gobernado. Normalmente, cada partido de oposición expresa una posición acerca de cada cuestión realizada --o las no realizadas- por el partido gobernante. El ciudadano puede basar su estimación conjeturando sobre posibles variaciones que se producirían en el futuro por parte de los partidos, pero su principal referencia será siempre la conducta real del partido en el poder.

Ahora bien, según este autor, si el conocimiento o nivel de información fuera completo, nadie podría influir en el voto de otro, cada uno sabría lo que le beneficia y se conocería transparentemente lo que está haciendo el go-

3 Lo mismo vale, al seno de los partidos, antes de la definición de un candidato, para las diversas corrientes o equipos que pretenden la candidatura.

bierno y lo que hacen los partidos. La estructura de preferencias políticas del ciudadano le conduciría a una decisión no ambigua acerca de cómo votar. Pero la insuficiencia de conocimiento oscurece la decisión del voto. Algunos ciudadanos saben claramente lo que les beneficia, pero otros muchos se encuentran indecisos, pues no saben bien lo que les ocurriría si otro partido estuviera en el poder. Necesitan más datos para aclarar sus preferencias. Estos los proporcionan *los persuasores*. Los persuasores no van en contra de la indecisión, sino a favor de su propia causa y, para ello, hacen una selección parcial de los hechos. Estos persuasores son más importantes que otros ciudadanos en la medida que influyen en otros votantes. Como el gobierno es racional, no puede ignorar a los persuasores al diseñar su política. De esta manera, como el conocimiento es imperfecto se rompe la igualdad ciudadana en la influencia sobre el gobierno. Es decir, la democracia causa un trato desigual hacia los ciudadanos, por parte del gobierno racional. Esa es la importancia teórica de los activistas políticos en todo momento, pero particularmente en las campañas, como podemos observarlo en las descripciones que son parte de los capítulos siguientes.

Panorama de los electores queretanos

Hay que considerar que en Querétaro no ha sido amplia la ventaja entre el partido con más votos y el que le sigue en preferencias, es decir, hay competitividad electoral (al menos por lo que toca a la elección de gobernador). Cuando no hay competencia política, por la razón que sea, el ciudadano no tiene equipos aspirantes al gobierno que le signifiquen una alternativa real.

Puede evaluar más o menos positivamente al gobierno, pero incluso si lo evalúa mal, “no tiene de otra” y no va a desperdiciar su voto en candidaturas inviables. Aunque las oposiciones presenten buenos candidatos, las posibilidades de triunfo se perciben escasas; si los candidatos opositores o los partidos que los postulan se consideran peores que los del poder, el efecto es el mismo. Entonces el ciudadano, o vota por el poder o se abstiene.

Por otro lado, este tipo de elector le da más importancia a esta clase de conclusiones que a la persona que se presente como candidato; no es que le sea fiel a las siglas, sino que es fiel a su intención de obtener el mayor rendimiento de su voto y su preferencia es más impersonal, si lo comparamos con lo que ocurre en sociedades “familiares”, colectivas o corporativas; en otras palabras, más clientelares en las cuales los electores muestran lealtades personales que, incluso, trascienden las siglas partidarias.

Estos planteamientos ayudan a explicar la forma en que los conflictos al interior de los partidos –en especial la falta de acuerdos en torno a la selección de candidatos- y la forma en que permearon o no en el electorado incidieron en el resultado de la elección. Ello muestra un cambio significativo en una parte importante del electorado: no valora tanto lo que los partidos *dicen* sino que, sobre todo, observa su conducta y la interpreta. Esto ha ocurrido en Querétaro, como lo prueban nítidamente los trabajos de Morales Garza.

La evaluación de la *utilidad esperada* resulta fundamental al analizar el papel que jugaron los nuevos electores en el triunfo del PRI en la elección para gobernador al mostrar que el PAN tuvo una menor capacidad para atraer nuevos votantes. Esto definió la alternancia, a pesar de que dicho partido prácticamente no perdió votos en relación con el proceso electoral anterior.

Aunado a ello, el cambio sustancial en el comportamiento en el municipio de Querétaro, particularmente en términos del voto diferenciado en las elecciones para gobernador y para la presidencia municipal, así como el arrastre de la elección para gobernador hacen evidente el cálculo que hace el elector al momento de emitir su voto.

Bajo esta misma lógica, como expone Morales, se explica otra de las variables que incidieron en la derrota de Acción Nacional: el abstencionismo⁴.

La abstención es un comportamiento recurrente entre los panistas, por lo menos en el caso de Querétaro, como un mecanismo para mostrar su inconformidad, y que en el caso de las elecciones del 2009 este comportamiento puede ser un elemento adicional para explicar la derrota panista en la entidad.

En estos términos, los autores se proponen plantear que, como en cualquier democracia electoral, en el proceso electoral de 2009 no había nada para nadie previo al día de la elección, lo que resulta fundamental si pensamos en el impacto que tendrían tanto las campañas como la concurrencia de la elección federal o el peso de los conflictos locales, entre otros factores.

⁴ Cfr. Fernández, L.A. "San Juan del Río: cénit y ocaso del gobierno panista", en Martagloria Morales G. (Coordinadora) (2005), *Querétaro 2003: elecciones y conflictos*, UAQ, Querétaro, México.

La estrepitosa caída del gobernador más dominante de las últimas décadas

Espino muestra en su texto sobre las elecciones locales cómo el panista Francisco Garrido se había convertido en uno de los gobernadores más dominantes de las últimas décadas. Aunque había ganado la gubernatura por un margen más bien exiguo, devino el factótum de su partido: quitaba y ponía candidatos, suplantando una democracia interna que tenía ya su tradición. Las elecciones de 2006, le otorgaron el dominio de las presidencias de los municipios mejor dotados –entre ellos, el de la capital del estado- de la mayoría parlamentaria, de los órganos autónomos que, con la venia de los partidos de oposición, perdieron sus funciones de contrapeso. Mediante nombramientos poco transparentes, realizados por la Legislatura del Estado –como el antonomástico que convirtió al responsable de los egresos del Ejecutivo en titular del órgano fiscalizador del gasto público, hasta reformas legales y constitucionales, pasando por la subordinación de la administración de la Universidad Autónoma de Querétaro y el intento de desaparición del órgano garante del derecho a la información, Garrido parecía controlarlo todo.

Acorde con tal panorama, el gobierno del estado, a través de los contratos de publicidad, logró la sumisión de prácticamente todos los medios masivos de comunicación. No era un control gratuito: ingentes cantidades de recursos fiscales pasaron de las arcas públicas a las cuentas privadas de los dueños de periódicos, revistas, estaciones de radio y televisión y de algún periodista corrompido. Agradecidos, la mayoría de ellos se convirtió en el espejo mágico de la madrastra de Blancanieves. Todos proclamaban al Ejecutivo lo hermoso que era; y él, lo creía. Pero, a diferencia del genio del cuento, fueron insinceros al no alertar al gobernador de que había aparecido otro mejor que él.

En el pecado llevó su penitencia. El periódico al que Garrido privilegió en la dádiva de recursos públicos, el que, en correspondencia, le nombró “hombre del año” –como si poseyera la autoridad moral para decidir quién lo sea- y que cacareaba una ventaja de más del 100% en la contienda PAN-PRI, demostró la distancia que separa a la propaganda disfrazada de información de los mecanismos de decisión de las personas.

Estos excesos, que no cundieron en la generalidad del público elector, sí parecen haberlo hecho en los que calificaron de “gran sorpresa” el resultado de las elecciones para gobernador. La más simple observación de los porcentajes de diferencia entre el ganador y el segundo lugar (5.18%, en 1997; 3.72% en 2003) no permitía augurar una diferencia muy grande en 2009. Ello amén de la gran cantidad de electores que se autocalifican como independientes o que no revelan su postura en las encuestas cifra que, como lo recuerda Espino, es elevada en Querétaro.

Este es, a nuestro entender, uno de los aportes del trabajo de Germán Espino: aún no comprendemos cabalmente cómo se forjan las decisiones electorales, pero la influencia de los medios, al menos de los locales, no es decisiva. Y esto debería de llevar a los que invierten recursos en este tipo de publicidad a preguntarse si les merece la pena: si no ya en atención a la ilegalidad de esos gastos, ni a su impacto negativo en la equidad de las contiendas, al menos deberían de evaluar su efectividad.

Sin que se pueda afirmar de manera tajante, el trabajo de Germán parece apuntar, desde luego, a una constelación de factores. Pero destaca entre ellos el talante mismo de las campañas, su –llamémosle así- *actitud subliminal*. Mientras el mensaje repetido de la campaña de Manuel González Valle, candidato del PAN finalmente derrotado, era triunfalista, sobrado, de descalificación del contrincante por falta de méritos; el de Calzada transmitía

un sentido de participación, de reunir arrestos a fin de que el pequeño David pudiera sorprender al gigante. Como lo ha demostrado la Teoría de la elección Racional, en particular la de la Acción colectiva de Olson (1992), las contiendas muy competidas invitan a la participación, transmiten el sentimiento de cada voto es importante; mientras que la idea de que la elección está prácticamente decidida, provoca que los simpatizantes le dejen la tarea a los demás.

Esto concuerda con la sugestiva afirmación de Espino:

Desde un punto de vista más teórico podríamos concluir que existen diferentes formas de ejercer el poder; una de ellas es a través de la vigilancia, el control y la represión (el método que privilegiaron Francisco Garrido y Manuel González Valle) y otra forma es la seducción (método que fue privilegiado por José Calzada). En una democracia se utilizan ambas formas, pero a la hora de salir a conquistar al electorado, la seducción suele ser el método mejor aceptado.

Esto parece ser lo más claro, pues si los factores nacionales tales como la percepción de la crisis económica o la influencia de las cadenas de televisión fueran esenciales, tendríamos que esperar el mismo tipo de resultados en todas las entidades federativas lo cual, evidentemente, nunca ocurre. El análisis que hace Germán Espino del papel de las televisoras nacionales en 2009, nos permite observar cómo los enormes gastos publicitarios –particularmente en la cadena Televisa- que realizó el entonces gobernador del Estado de México parecieran tener relación con los triunfos priistas en las elecciones para gobernador de Querétaro, San Luis Potosí, Campeche, Colima y Nuevo León.

Quizá. Pero entonces queda pendiente la inclusión en el análisis de las derrotas de ese partido en Puebla y Oaxaca.

Finalmente, Espino apunta su análisis al nuevo horizonte de la llamada “Web 2.0” para fines proselitistas. Esperamos pronto tener en las manos nuevos trabajos de estos autores sobre este panorama que apenas se abre.

Referencias

1. Campbell, A.; Converse, P.E., Miller, W.E. y Stokes D.E. (1960), *The American Voter*, Wiley, Nueva York.
2. Carmines E. G. y Huckfeldt, R. (1996), “Political Behavior: An Overview” en Downs, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy*, New York, Harper.
3. Fernández, L.A. “San Juan del Río: cénit y ocaso del gobierno panista”, en Martagloria Morales G. (Coord.) (2005), *Querétaro 2003: elecciones y conflictos*, UAQ, Querétaro, México.
4. Fiorina, M. (1996) “Voting Behavior” en Mueller, D. C. (ed.), *Perspectives on Public Choice. A Handbook*, Cambridge University Press.
5. Miller, W. E. (1996), “Political Behavior, Old and New” en Goodin, R.E. y Klingemann, H.D., *A New Handbook of Political Science*, Oxford University Press.
6. Olson, M. (1992), *La Lógica de la Acción colectiva*. Limusa-Noriega Editores, México.
7. Page, G., Shapiro, R. (1992), *The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*, The University of Chicago Press.
8. Peschard, J. (2000) “Comportamiento Electoral” en Baca Olamendi L., Bokser-Liwerant, J., et.al., *Léxico de la Política*, FLACSO / SEP-CONACYT / Fundación Heinrich Böll / FCE, México.

El proceso electoral de 2009 fue trastocado por Televisa y TV Azteca

Germán Espino Sánchez

Introducción

Las campañas de 2009 constituyeron un laboratorio para lo que serán las campañas de 2012. Esto debido a que la reforma electoral de 2007 modificó el sistema de contratación de publicidad política. Anteriormente los partidos y candidatos podían recolectar grandes sumas de dinero para comprar espacios en televisión y radio, pero con la reforma electoral de 2007 sólo el Instituto Federal electoral (IFE) está autorizado a contratar publicidad política para las campañas. Esto supuso una gran afectación económica para los corporativos de radio y televisión, por ello, estos corporativos encabezados por Televisa y TV Azteca estuvieron sabotando constantemente la programación de publicidad política a cargo del IFE.

En el 2009 realicé una investigación con base en un estudio de caso sobre el proceso electoral federal. Para esta investigación se recopilaron los reportes de investigaciones empíricas como análisis de contenido, encuestas... Además se analizó la forma en que los principales políticos del país usaban las redes sociales y el YouTube.

A diferencia de las campañas presidenciales, las legislativas intermedias tienen un bajo perfil, lo cual se demuestra en la baja participación que logran. En este sentido, las legislativas de 2009 constituyeron un laboratorio de tecnología de campañas para que los partidos probaran sus estrategias en el nuevo escenario de la reforma electoral 2007; los resultados de estas pruebas se podrán aplicar en la elección presidencial de 2012.

La estrategia de las campañas legislativas intermedias es muy diferente a la estrategia de las campañas presidenciales. A diferencia de las campañas presidenciales, las campañas legislativas intermedias no son tan personalizadas; por este motivo la gente no se orienta tanto por el eje candidato-campaña sino por el eje partido-ideología. Todo esto sin descartar que el electorado mexicano se ha perfilado como un electorado inestable; el voto duro de un solo partido no le permite el triunfo; la variable de mayor influencia es el voto cambiante, integrado por el *voto independiente* (sin identidad partidista) y el *voto suave* o *voto blando* (con baja identidad partidista). En una encuesta de *El universal* (2010), se estimaba que el 60% de los mexicanos se consideraban independientes.

En las campañas presidenciales el proceso de *personalización* es muy marcado; en cambio, las legislativas son campañas de partidos más que de líderes. La personalización promueve que las campañas presidenciales sean mas espectaculares; gracias a ello el electorado se involucra más. Las campañas legislativas son menos personalizadas; esto se traduce en una menor participación del electorado. Estas campañas intermedias sufren el desprestigio de los partidos y logran una menor participación electoral. Estas tendencias electorales se pueden apreciar en el Cuadro 1.

Cuadro 1
Participación en elecciones presidenciales y legislativas (1988-2009)

Año y tipo de elección	Tasa de participación
1988 (Presidenciales)	47.4%
1991 (Legislativas)	65.97%
1994 (Presidenciales)	77.16%
1997 (Legislativas)	57.69%
2000 (Presidenciales)	63.97%
2003 (Legislativas)	41.68%
2006 (Presidenciales)	58.33%
2009 (Legislativas)	44.68%

Fuente: Comisión Federal Electoral (1988) Instituto Federal Electoral (1991-2000), IFE 2006 e IFE 2009.

La reforma electoral de 2007 ha transformado el escenario de las campañas

El escenario de las campañas federales que ya se había estabilizado en las dos últimas presidenciales (2000 y 2006) ha vuelto a sufrir transformaciones importantes a raíz de la reforma electoral de 2007. Con esta reforma, el IFE se constituye como el administrador de la publicidad que los partidos políticos transmitirán a través de radio y televisión, tanto en los medios nacionales como en los regionales. La contratación de publicidad de campaña quedó

prohibida para los partidos, las instituciones, las empresas y para los particulares, el IFE concentrará esta atribución. (Secretaría de Gobernación 2008)

Esto implica que el IFE tendrá que elaborar un sistema para administrar la publicidad de las campañas en todos los medios del país, en todos los horarios y programas que soliciten los partidos... Esto supone un gran esfuerzo de investigación para conocer las audiencias de los programas, sus *rating*, las áreas geográficas en dónde se transmiten, etc. Todo ello con el fin de organizar un pautaaje publicitario equitativo y de acuerdo a los parámetros que establece la ley. Durante los periodos electorales el IFE también administrará el tiempo aire que los medios tributan al Estado; es decir, controlará los “tiempos oficiales” que tradicionalmente el gobierno otorgaba a los partidos durante el periodo de las campañas.

Al administrar la publicidad política, el IFE tendrá mayor capacidad para censurar la publicidad negativa de las campañas; además impedirá la contratación de publicidad partidista a manos de instituciones privadas... Podrá incluso ordenar a los medios la cancelación de anuncios que contravengan la nueva ley electoral.

El órgano electoral tendrá que implementar un sistema para verificar que los espacios contratados para la publicidad de las campañas sean respetados por los medios. Estas nuevas labores de supervisión se sumarán a las que ya realizaba, como eran los análisis de contenido de los noticiarios de radio y televisión, los monitoreos de publicidad, etc. Todo ello, con el objetivo de que los medios cumplan con los principios básicos de la ética periodística: objetividad, equidad, respeto y corresponsabilidad en el tratamiento de la información político electoral. (Secretaría de Gobernación 2008).

A medida que el IFE administra la publicidad política, reduce sustancialmente el financiamiento público y privado que los partidos recibían para sus campañas; se reducen drásticamente los topes de campaña. Además, el IFE comenzará a regular las precampañas, tanto la duración de estas, como los costos y la publicidad que difunden.

Antes de la reforma de 2007, los partidos podían recolectar dinero con donantes privados y contratar costosas campañas de publicidad en radio y televisión tal como sucede en Estados Unidos. Ahora los partidos ya no podrán contratar la publicidad de la campaña en los medios; este nuevo modelo de contratación de publicidad es similar al modelo de España y otros países europeos.

Dado que la publicidad política es una de las áreas estratégicas de las campañas, de manera automática tenemos que preguntarnos si ¿con esta reforma electoral se modifica profundamente el escenario de la comunicación política? o ¿acaso las modificaciones quedan en un nivel superficial y el escenario de la comunicación política que se había desarrollado antes del 2007 se mantiene en sus términos generales?

Contexto de crisis económica, política y sanitaria

La crisis económica

En 2008 los Estados Unidos entraron en una de las peores crisis económicas de su historia. A raíz de la recesión de Estados Unidos, México también se hundió en una profunda crisis desde el primer semestre de 2009. Según el

INEGI la actividad industrial de México cayó un 13.2 por ciento en febrero a tasa anual. Las cifras de desempleo también escalaron a niveles similares a los de la crisis de 1994. El INEGI consideró que para el segundo trimestre de 2009 la población desocupada en el país se situó en 2.4 millones de personas y la tasa de desocupación equivalente fue de 5.2 por ciento. (INEGI 2009)

Como siempre, la cifra de desempleo oficial resulta engañosa porque contabiliza como trabajadores a quienes laboran en la economía informal. Según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo estos “trabajadores” de la economía informal representaban 12.2 millones de personas, que equivalían al 28.1% de la población ocupada; este grupo aumentó 127 mil personas en 2009 respecto al dato de un año atrás. (INEGI 2009)

En el primer trimestre del año, el Secretario de hacienda estimó que el Producto Interno Bruto registró una caída del 7%, lo cual ubicaba al PIB anual con un 4% negativo. Esta caída se agudizaría a causa de la epidemia de influenza AH1N1, la cual impactó gravemente la industria turística nacional.

Cuadro 2
Indicadores nacionales previos a las elecciones de 2009

INDICADOR	2008	2009 I TRIM	2009 II TRIM
PIB (mmd)	1,008	776.9	854.0
PIB ($\Delta\%$)	1.3	-8.0	-10.3
Inflación ($\Delta\%$)	6.53	6.0	5.7
Tipo de cambio (Peso/ dólar)	13.54 ^{2/}	14.33 ^{2/}	13.4 ^{2/}
Exportaciones (mmd)	291.8	50.1	54.2
Importaciones (mmd)	308.6	52.0	53.6
Inversión Extranjera Directa (mmd)	22.5	5.3	4.6
Total de la Deuda Neta del Gobierno Federal (% PIB)	23.4 ^{2/}	26.5 ^{2/}	25.5 ^{2/}
Riesgo País (Puntos base EMBI+)	434 ^{2/}	377 ^{2/}	242 ^{2/}

Fuente: INEGI 2009. 1/Inflación anual a diciembre de 2008. 2/Fin de periodo.

Días después de que estalló la epidemia de influenza comenzaron oficialmente las campañas. En esos días estaban prohibidas las reuniones públicas, de manera que las campañas suspendieron sus actividades. Para esta investigación comencé a realizar un seguimiento de las campañas en los noticiarios nacionales, pero descubrí que en las dos primeras semanas de la epidemia de influenza las televisoras no cubrieron las campañas. Aunque las campañas no

podían congregarse seguidores si podían hacer eventos para los medios y de facto se realizaron algunos, pero las televisoras despreciaron a las campañas. Esta sería la tónica general del periodo de campañas, una baja cobertura de las campañas en televisión en comparación con los procesos electorales del pasado.

La explicación más creíble sobre este desaire se encuentra en el rechazo que las televisoras mostraron a la Reforma electoral 2007. No solo las televisoras, también algunas cadenas de radio nacionales tomaron la decisión de no cubrir las campañas como una forma de mostrar su inconformidad con la Reforma 2007; por ejemplo, en el curso de la investigación descubrimos que la cadena radiofónica Grupo ACIR ignoró por completo las campañas en sus noticiarios como una forma de protestar contra la Reforma electoral de 2007. (Rodríguez et al 2009)

La crisis de seguridad

La inseguridad fue otro de los graves problemas de los mexicanos durante el periodo de la administración del presidente Calderón. A diferencia de la recesión económica que tenía un importante origen en el extranjero, el problema de la inseguridad parece responsabilidad de la administración federal. Según diversos especialistas (Aguilar y Castañeda 2009), el problema se complicó con la declaración de guerra que el presidente Calderón realizó a las mafias del narcotráfico al comienzo del sexenio.

Tan sólo en el primer semestre de 2009 se contabilizaron más de tres mil muertes causadas por los conflictos de las mafias del narcotráfico; en tan-

to que la cifra de muertos durante el sexenio debido a este problema ascendía a aproximadamente doce mil personas en el primer semestre de 2009. La misma secretaría de Gobernación reconoció estas cifras (Ramos 2010). Aparte de la gran cantidad de muertos, otro escándalo era el nivel de sadismo en la guerra contra el *narco*. En los primeros años de la administración de Calderón, México se volvió famoso en todo el mundo por los decapitados, cadáveres mutilados, torturas, secuestros... Obviamente, la crisis de seguridad del país también tiene un alto impacto negativo en la industria turística nacional y otros sectores económicos, pues muchos turistas e inversionistas internacionales optan por no venir a un país tan peligroso. Con estas cifras y el sadismo mostrado en las ejecuciones México se ha ubicado como uno de los países más violentos que compiten en este nivel con Irak, Afganistán, es decir, con los países que viven guerras civiles.

Los autores Rubén Aguilar y Jorge Castañeda (2009) refutan las tesis que usó el presidente Calderón para declarar la guerra al narco, resumamos la crítica de los autores:

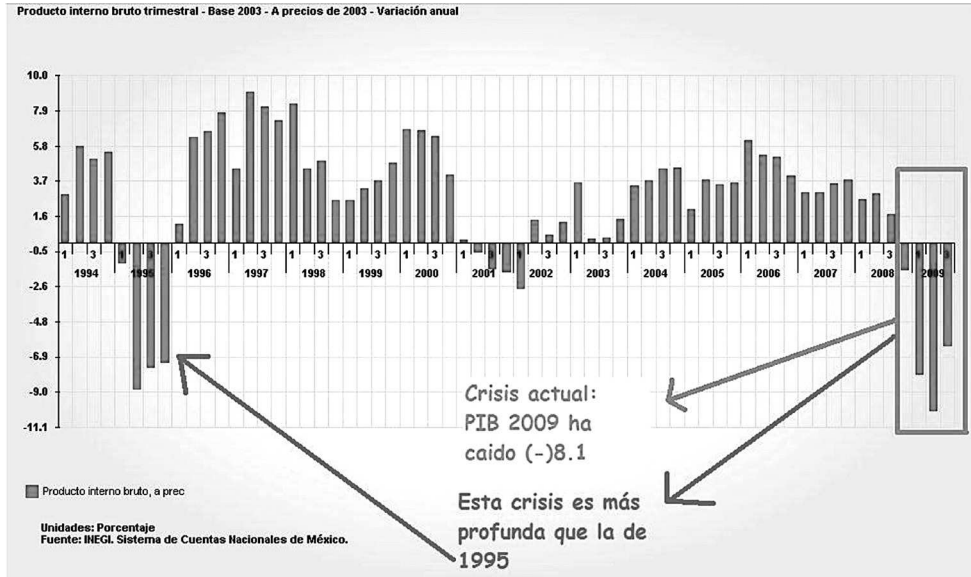
1. La tesis de que México se ha transformado en una zona de tránsito de la droga a una zona de alto consumo de droga no tiene fundamento en los mismos datos oficiales. Los autores citan la Encuesta Nacional de Adicciones realizada por la Secretaría de Salud. En ella se revela que de 1998 a 2008, el índice de personas que reconocen haber probado alguna droga sólo ha pasado de 5.3 a 5.8%. Mientras que los adictos sólo han pasado de 307 mil personas a 465 mil de 2002 a 2008. Estos adictos en total representan el .4% de la población mexicana.

2. La tesis de que los narcotraficantes son más violentos y tienen mayor capacidad de fuego se refuta por las evidencias, cuando el presidente Calderón declara la guerra al narcotráfico se desata la mayor violencia que se tiene registrada en la historia. Pero en general, la tasa de homicidios dolosos han venido cayendo de 16 mil 163 en 1997 a 10 mil 291 en 2007; lo que si ha aumentado es el numero de homicidios ligados a los conflictos vinculados al narcotráfico en el sexenio de Calderón.
3. La tesis de que el narcotráfico tiene mayor capacidad para corromper al gobierno e infiltrarse en los sectores públicos tampoco tiene sentido, los datos muestran lo contrario: el contubernio siempre ha existido y en los últimos sexenios ha disminuido en vez de aumentar. Los autores citan numerosos casos de infiltración del *narco* en las administraciones priistas y como esta tendencia ha decaído en las administraciones panistas.

El balance final de todas estas crisis en 2009 se reflejó en una caída del PIB de 6.5%, lo cual constituye la caída más profunda que se haya registrado desde la crisis de 1930.

Gráfica I

Percepción de la situación económica respecto al año anterior

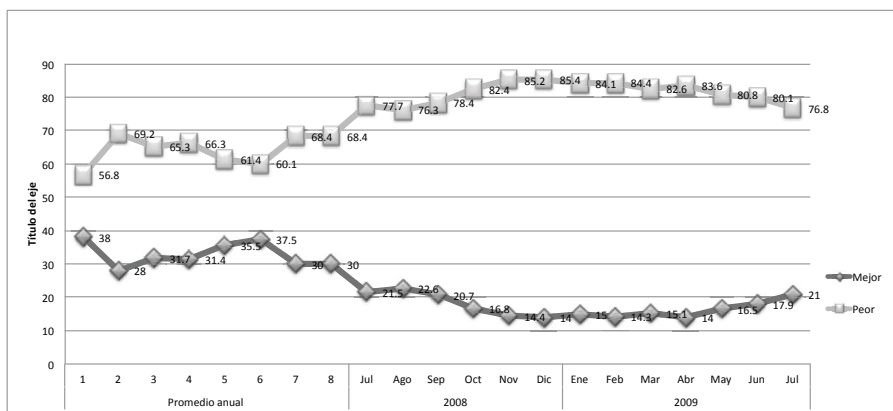


Evaluación del presidente Calderón

Las encuestas que evalúan la administración del presidente Calderón, muestran una paradoja que ya se había manifestado en el sexenio del presidente Vicente Fox: la gente evalúa negativamente la situación económica, la seguridad pública y la política, pero a cambio evalúa positivamente al presidente Calderón (entre el 50 y 60% de la población). Esta paradoja se descubre en las encuestas del periódico *El Universal* (Berumen), en las encuestadoras Consulta Mitofsky e incluso en GEA-ISA. Tomemos como ejemplo, la encuesta de Mitofsky del mes de julio, para mostrar esta paradoja. Uno de los datos claves es la percepción de la gente sobre la crisis económica, Gráfica II.

Gráfica II

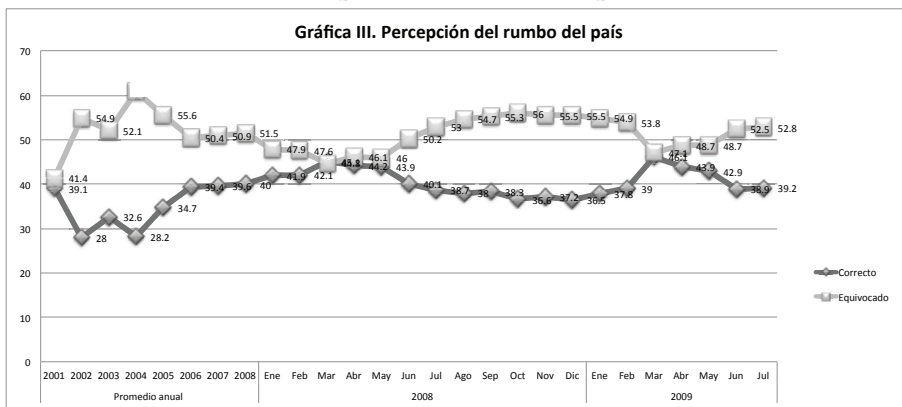
Percepción de la situación económica respecto al año anterior



Fuente: Consulta Mitofsky julio 2009

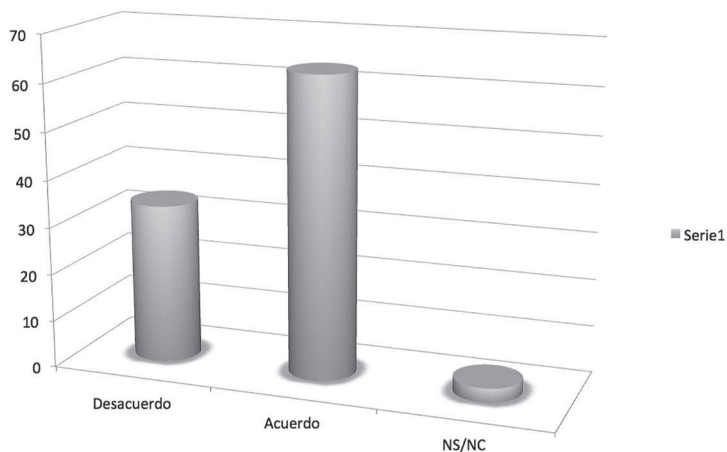
Cuando se pregunta por la situación política, la gente vuelve a evaluar negativamente a la administración, como se puede apreciar en la **Gráfica III**. Sin embargo, a pesar de que la gente evalúa mal la administración federal, la mayoría manifiesta una opinión positiva sobre el presidente Calderón, **Gráfica IV**. (Consulta Mitofsky julio 2009)

Gráfica III Percepción del rumbo del país



Fuente: Consulta Mitofsky julio 2009

Gráfica IV Aprobación presidencial de Felipe Calderón



Fuente: Consulta Mitofsky julio 2009

Las campañas publicitarias de los partidos

Una encuesta de Parametría (2009) muestra que las campañas publicitarias de los partidos aparentemente no tuvieron tanta influencia en el público. En primer lugar, la campaña publicitaria del PRI comenzó con una serie de spots que realizaban propuestas sociales como seguro de desempleo, educación, etc. Estos spots tenían como slogan, “Primero México, primero tú” (Cuadro 3, Gráfica V).

Cuadro 3
Evaluación de la publicidad del PRI en la campaña 2009

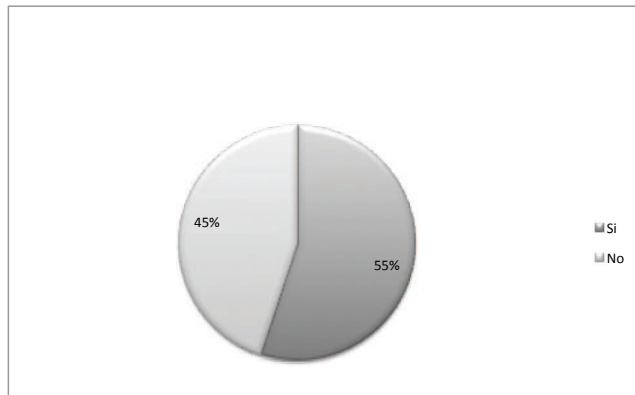
“Primero México, Primero Tu” ¿De quién cree que es esta frase?	
PAN	5%
PRI	55%
PRD	5%
PT	1%
PVEM	1%
Gobierno Federal	1%
NS/NC	32%
	100%

Fuente: Parametría 2009

Luego el PRI comenzó a reaccionar tibiamente a la campaña negativa del PAN. Difundieron spots donde personalidades famosas decían que ante

los insultos del PAN, el PRI respondería con propuestas. Esta era la misma estrategia que siguió exitosamente el presidente español José Luis Rodríguez Zapatero en su reelección de 2008. (Reséndiz 2009) De facto, algunos de los asesores del PRI habían sido asesores del Partido Socialista Obrero Español; en tanto que uno de los principales asesores del PAN era Antonio Solá (quien usualmente trabaja para el Partido Popular en España), este último condujo la campaña del candidato a gobernador del PAN por Nuevo León. Solá se había vuelto famoso en las campañas 2006 en México, pues él dirigió la campaña presidencial de Felipe Calderón. (Olmos 2007)

Gráfica V
“Primero México, primero tú”
¿Lo ha escuchado?



Fuente: Parametría 2009

Al final de la campaña, el PRI comenzó a insistir en temas económicos para evaluar la administración del presidente Felipe Calderón. Según esta encuesta de Parametría (2009) la campaña publicitaria menos recordada fue la

del PRI. Esto es una paradoja, porque este partido ganaría las elecciones a pesar de la baja penetración de su publicidad; en las elecciones para diputados federales el PRI obtuvo el 36.68% contra el 27.98% obtenido por el PAN.

En contrapartida, el PAN tuvo una buena campaña mediática; esta corrió paralelamente a la campaña mediática del gobierno federal. En los spots aparecían personajes famosos como el luchador denominado “El Místico”, o la medallista olímpica Iridia Salazar. La campaña era bien recordada por la población; casi el 90% recordaba el slogan de la campaña del PAN: “No podemos permitir que la droga llegue a nuestros hijos”. Y de este 90% de población, el 49% asocia el slogan con el PAN. En el análisis de los spots del PAN descubrimos que el eje estratégico de esta campaña era el combate a la inseguridad que estaba desarrollando el gobierno federal. (Cuadro 4, Gráfica VI)

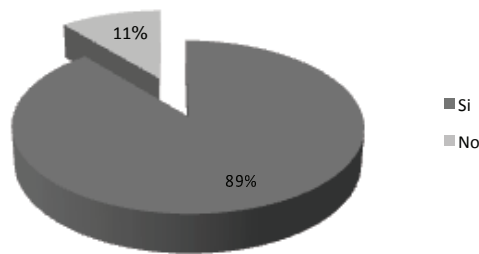
Cuadro 4
Evaluación de la publicidad del PAN en la campaña 2009

“No podemos permitir que la droga llegue a nuestros hijos” ¿De quién cree que es esta frase?	
PAN	46%
PRI	5%
PRD	6%
PVEM	4%
Gobierno Federal	4%
Otro	2%
Ninguno	1%
NS/NC	32%
	100%

Fuente: Parametría 2009

Por otra parte, Germán Martínez, el presidente del PAN sistemáticamente realizó promocionales para acusar al PRI de los problemas que aquejaban al país: corrupción, inseguridad, crisis económica... Estas alocuciones usualmente eran transmitidas vía Internet puesto que la ley electoral impedía a los partidos contratar directamente spots en radio y TV. Pero usualmente estas cibercríticas del presidente del PAN eran recogidas por televisión y radio como noticias.

Gráfica VI. "No podemos permitir que la droga llegue a nuestros hijos", ¿Lo ha escuchado?



Fuente: Parametría 2009

Por último, la campaña del PRD se basó en la figura de la niña “Marianita” y el slogan: “Así, sí gana la gente”. Esta frase pretendía sintetizar las propuestas sociales del PRD. El 70% de los votantes reconoce esta frase y el 64% se la atribuye al PRD. Paradójicamente, el PRD sería el partido que más votación

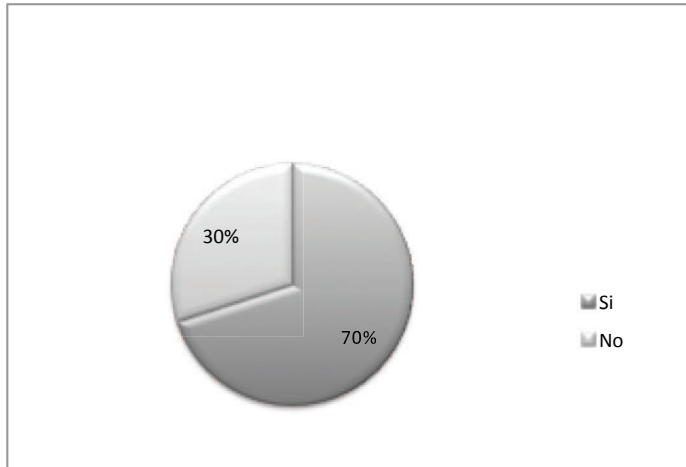
perdió respecto a la anterior elección, de casi 30% de votos que obtuvo en 2006 (en coalición con PT y Convergencia) bajaría a 12 por ciento en 2009. (Cuadro V, Gráfica VII)

Cuadro 5
Evaluación de la publicidad del PRD en la campaña 2009

“Así, sí gana la gente” ¿De quién cree que es esta frase?	
PAN	5%
PRI	10%
PRD	44%
PT	2%
PVEM	2%
Convergencia	1%
Nueva alianza	1%
López Obrador	1%
Otro	1%
NS/NC	32%
	99%

Fuente: Parametría 2009

Gráfica VII
“Así, sí gana la gente”
¿Lo ha escuchado?



Fuente: Parametría 2009

La estrategia política detrás del escenario

El reposicionamiento del PRI después de la debacle del 2006

Como ya hemos señalado, el éxito de la campaña del PRI en 2009 no se puede explicar por su campaña publicitaria en los medios masivos; entonces quizá el éxito podamos atribuirlo a la estrategia política que habían estado desarrollando en los últimos años.

En el proceso electoral de 2006 la candidatura de Roberto Madrazo dividió al PRI y provocó una derrota estrepitosa en las elecciones (Espino 2009). Después de ese fracaso, los líderes del PRI con Beatriz Paredes en la dirigencia nacional, desarrollaron una estrategia con base en dos ejes: 1) Mostrarse

como una oposición responsable, negociadora con el gobierno federal en los asuntos que benefician a los mexicanos y 2) resolver los problemas internos del partido sin ventilarlos a la opinión pública, con el objetivo de mostrar siempre una unidad partidista. (Garduño 2009)

Los dirigentes priistas consideraban que gracias a esta estrategia el PRI recuperó 137 de los 152 municipios que había perdido entre 2004 y 2005) entre 2007 y 2008. (Garduño 2009) Con esta racha ganadora en 2007 el PRI arrebataría al PAN la gubernatura de Yucatán. En 2008 ganarían las contiendas por las gubernaturas de Nayarit y Quintana Roo. Como muestra de madurez política, para 2009 ya no hubo disputas públicas en el PRI por las candidaturas de las elecciones intermedias. (Garduño 2009)

Uno de los baluartes del PRI fue el gobernador Enrique Peña Nieto. Este firmó contratos millonarios con empresas subsidiarias de Televisa para lograr desarrollar una popularidad basada en la exposición en medios. Tan sólo en el ejercicio presupuestal de 2005-2006 de su mandato, Peña Nieto pagó 742 millones de pesos en publicidad; 701 millones de estos fueron para Televisa y sus filiales. (Villamil 2009a; 78)

Creemos que esta nueva estrategia política, fue importante en 2009 para que el PRI arrebatará al PAN las gubernaturas de Querétaro y San Luis Potosí; así como para mantener las de Campeche, Colima y Nuevo León.

La izquierda se escinde

Mientras el PRI se fortaleció para la contienda de 2009, el PRD se escindió. En las elecciones internas por la presidencia del partido en 2008, los dos

grandes grupos del PRD se confrontaron decisivamente. Por un lado estaba el grupo de Izquierda Unida liderado por Andrés Manuel López Obrador, este grupo impulsó a Alejandro Encinas para la presidencia nacional del PRD. En el bando contrario, el grupo Nueva Izquierda tenía como líder y candidato a la presidencia del PRD a Jesús Ortega. Mientras que López Obrador se constituyó como el gran adversario político del presidente Felipe Calderón, Jesús Ortega representaba a la izquierda que estaba dispuesta a negociar con el presidente; de esta manera ambos líderes representaban proyectos contrapuestos. (Granados 2010)

Para las elecciones de 2009 las posturas de ambas corrientes nuevamente divergen por completo y optan por contender por separado. El grupo de Izquierda Unida se asocia extraoficialmente con el Partido del Trabajo y con Convergencia, todos ellos toman como bandera a la figura de Andrés Manuel López Obrador. Por otra parte el PRD, se apoya en el liderazgo de Jesús Ortega. De facto la mayor parte de los spots del PRD consistirán en diálogos de Jesús Ortega con la niña-actriz “Marianita”. Mientras que en la mayoría de spots del PT y de Convergencia, López Obrador llamaba a votar por los candidatos de estos partidos. El slogan más famoso de estos dos partidos era: “Estaríamos mejor con López Obrador”.

Jesús Ortega amenazó con expulsar del PRD a López Obrador y a todos los que participaran en las campañas de otros partidos. Esta amenaza refería a que en el 2009, el PT y Convergencia lanzaron como candidatos a destacados líderes perredistas como Gerardo Fernández Noroña, Ifigenia Martínez, Itzel Castillo... (El Universal 2009)

Por si todo esto fuera poco, en plena campaña constitucional estallaron otros conflictos entre Izquierda Unida y Nueva Izquierda. Destaca la pelea por la delegación de Iztapalapa, enclave del PRD capitalino. La contienda interna del PRD en esta delegación había favorecido a Clara Brugada, la candidata de Izquierda Unida; pero el grupo Nueva Izquierda impugnó la decisión ante el Tribunal Federal Electoral (TEPJF). Este Tribunal resolvió la impugnación tres semanas antes de la elección. En este momento, la candidata Clara Brugada ya estaba en campaña y su nombre ya figuraba en las boletas electorales de manera irrevocable. Hasta este tardío momento el TEPJF ordenó la sustitución de Clara Brugada por Silvia Oliva; esta candidata de Nueva Izquierda tendría que contender manteniendo el nombre de Clara Brugada en las boletas electorales. (Díaz 2009)

La anulación de la candidatura de Clara Brugada, en estas condiciones, constituía una de las más graves afrentas al movimiento encabezado por López Obrador. El grupo de Izquierda Unida ya no tenía tiempo de registrar a Clara Brugada en otro partido, de manera que la decisión parecía irreversible. En este contexto de desesperación, Andrés Manuel López Obrador elaboró una estrategia que pretendía burlar la decisión del TEPJF. AMLO solicitó públicamente que todos los seguidores de Clara Brugada apoyaran al candidato del PT, Rafael Acosta Ángeles (alias “Juanito”). Éste candidato, a su vez, se comprometió públicamente a que cuando ganara las elecciones –con el apoyo del movimiento de López Obrador– declinaría al cargo para permitir que la asamblea del DF (controlada por Izquierda Unida) designara a Clara Brugada. (Díaz 2009)

La división que sufrió el PRD en esta campaña de 2009 motivó una de sus peores caídas electorales de las últimas décadas. En 2006 el PRD, PT y Convergencia contendieron juntos y obtuvieron 28.99% de los votos en la elección presidencial (TEPJF 2006); en cambio, en las legislativas de 2009 contendieron por separado y el PRD se quedó con sólo 12%, PT 3.8% y Convergencia 2.5 por ciento. (IFE 2010)

El comportamiento de los medios

A raíz de la aprobación de la reforma electoral 2007, Televisa y TV Azteca desarrollaron acciones conjuntas para sabotear a la reforma de 2007, a los partidos y al mismo IFE, describiremos sólo las que realizaron en el contexto de la campaña de 2009.

En primer lugar hay que recordar que los dos corporativos televisivos son los actores dominantes en el ámbito mediático; poseen prácticamente todas las estaciones de televisión abierta vía satélite en el país y controlan gran parte de las principales estaciones de radio, como describiremos a continuación.

Televisa posee 225 estaciones de televisión que le fueron concesionadas y 32 afiliadas; en total, 257. A través de ellas se difunden las señales de sus tres cadenas nacionales (Canal 2, Canal 5, Canal 9) y una señal en el Área Metropolitana de la Ciudad de México (Canal 4). Esto representa el 65 por ciento del total de frecuencias de televisión abierta en el país (Villamil 2010). Televisa también posee el 95 por ciento del mercado de televisión vía satélite, a través de la empresa Sky, que tiene 1.7 millones de suscriptores. (Villamil 2010) A pesar de “que existen más de 200 compañías en todo el país, Televisa domina el 50 por ciento del mercado, ya que es propietaria o accionista de

Cablevisión, Cablemás y TVI (Multimedios) que son las empresas más grandes.” (Villamil 2010) Televisa también posee 30 canales de televisión restringida. Por si todo esto fuera poco, Televisa tiene más del 50% de Grupo Acir, que es la cadena de radio más importante del país con 60 emisoras en 26 estados. (Delarbre 2009) A ello también se le deben sumar otras cadenas de radio que posee Televisa como la cadena nacional Radiópolis.

TV Azteca, por su parte, tiene 180 frecuencias en todo el país donde se transmite la señal de sus dos cadenas nacionales (7 y 13); posee además, la de Canal 40 que transmite en el área metropolitana de la Ciudad de México. TV Azteca tiene menos del 25 por ciento de la audiencia de televidentes y recibe el 28 por ciento de la publicidad en medios electrónicos. (Villamil 2010)

Gracias a esta concentración mediática, ambos corporativos controlan otros mercados como los del deporte profesional. Por ejemplo, en el sector deportivo, Televisa poseía en 2009 tres equipos de primera división (América, San Luís Potosí y Necaxa); mientras que TV Azteca poseía dos (Morelia y Jaguares de Chiapas).

De facto Televisa y TV Azteca son consideradas como los corporativos mediáticos de habla española más grandes del mundo, ambos corporativos lo difundían en sus respectivas páginas Web. Estas dos cadenas son las que mayor producción televisiva de habla española difundían en Estados Unidos; Televisa con la cadena Univisión y TV Azteca con la cadena Azteca América. Televisa también tenía el 40% de las acciones de una de las principales estaciones de televisión abierta de España (La Sexta). Además tanto Ricardo Salinas Pliego como Emilio Azcárraga Jean están en la lista de Forbes que registra a los multimillonarios más ricos del mundo. A finales de 2009, el

primero se ubicaba en la posición 124 con 64.2 miles de millones de dólares; el segundo en el lugar 701 con mil millones de dólares. (Forbes 2009)

La riqueza de estos dos gigantes corporativos de televisión contrasta con la pobreza de la mayor parte de su público mexicano. La población del país sin capacidad económica para acceder a muchas opciones culturales registra un alto consumo de televisión. Por citar un ejemplo, la Encuesta Nacional de Cultura Política 2008 señala que el 88.6% de la población se informa por televisión y un 50% lo hace por radio. (Secretaría de Gobernación 2009) En el **Cuadro 3**, se puede observar que si bien los noticiarios no compiten con los programas de mayor audiencia, a fin de cuentas si tienen un público muy significativo.

Cuadro 3

Comparativo de ratings de los programas estelares contra los noticiarios del *prime time* durante el periodo de las campañas 2009*

Televisora	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Televisa	Telenovela "Mañana es para siempre (28.8)	Telenovela "Alma de Hierro" (20.3)	Telenovela "Mañana es para siempre (29.9)	Telenovela "Mañana es para siempre (27.8)
	El Noticiero (14.4)	El Noticiero (13.5)	El Noticiero (13.1)	El Noticiero (19.9)
TV Azteca	Telenovela "Contrato de amor" (11.4)	Telenovela "Contrato de amor" (14.5)	Telenovela "Secretos del alma" (11)	Telenovela "Secretos del alma" (11.9)
	Hechos de la Noche (10.9)	Hechos de la Noche (10.7)	Hechos de la Noche (10.9)	Hechos de la Noche (15.6)

*Se comparan los productos que tienen una programación diaria (lunes a viernes) de mayor rating, las telenovelas contra los noticiarios.

Fuente: Revista Neo 2009, <http://www.terra.com.mx/revistanco/>

La revuelta de las televisoras contra el IFE

Para describir el curso de las campañas observamos los noticieros estelares de Televisa (El Noticiero) y de TV Azteca (Hechos). A partir de esta observación describiremos el curso de las campañas en la televisión. El 3 de mayo inició el periodo oficial de las campañas, esta fecha coincidió con el estallido del brote de influenza (AH1N1) en México. La cobertura de la epidemia de influenza motivó que desaparecieran las noticias sobre las campañas; tanto TV Azteca como Televisa no reportaron notas de las campañas electorales en todo el mes de mayo. Esto también fue reportado por el estudio de análisis de contenido realizado por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. (FCPS-UNAM 2009)

Aunque esto cambió cuando bajó el nivel de alerta de la influenza, las campañas nunca lograron tener una proyección televisiva importante. Como ejemplo de esta baja exposición en los medios podemos citar el debate que se concertó entre los dirigentes nacionales del PRI y del PAN; las televisoras lo suspenden para no ser acusadas de excluir al PRD. A la siguiente semana, jueves 25 de junio, finalmente se realiza el debate entre PAN, PRI y PRD, pero se verifica casi a las 12 de la noche y solamente en el Canal 2 de Televisa, de manera que el público del encuentro fue poco significativo, de facto ni los medios impresos ni la radio difundieron noticias sobre este evento. Ya anteriormente se habían realizado “presentaciones-debates” de los dirigentes de los tres partidos organizados por la revista *Nexos*; otros se habían realizado vía Internet... Ninguno de ellos logró una audiencia importante, sólo impactaron en un público muy especializado; de facto, ni siquiera la prensa publicó notas sobre este tema.

En este contexto de rebeldía de las televisoras se entiende el gran respaldo que tuvo en la radio y la televisión el “movimiento anulista”. Es decir, los noticieros más importantes del país dieron una gran cobertura al movimiento antipartidista que proponía anular el voto como una forma de protesta contra el sistema de partidos imperante en el país.

Pero el sabotaje más evidente al proceso electoral se presentó en el comienzo oficial de la transmisión de spots de las campañas de los partidos en televisión y radio. Al inicio de la campaña, las televisoras y la radio agruparon los spots en paquetes de aproximadamente cinco minutos. Estos paquetes de spots interrumpían abruptamente la programación de algunos de los eventos de mayor audiencia. Para deslindarse de esta interrupción, las televisoras incluían como “presentación” de los paquetes de spots una “explicación” (cortinilla) en la cual argumentaban que los medios no eran los culpables de la interrupción de la programación, sino que ellos lo hacían obligados por el IFE.

El IFE amenazó con sancionar económicamente a las televisoras por este sabotaje del proceso electoral, pero se desistió cuando las televisoras se comprometieron a transmitir los spots entre las pausas de los programas y no violentando la barra horaria.

Sin embargo, las televisoras volvieron a violar la ley de manera recurrente, entre otros casos importantes destacan:

- 1) Dejaron de transmitir muchos spots que el IFE les había entregado, en lugar de los promocionales políticos usaron el tiempo para transmitir *spots* comerciales. (Villamil 2009)
- 2) Hicieron *spots* que beneficiaban a algunos candidatos, pero las televisoras

argumentaron que sólo eran spots para promocionar revistas. Destacaban los spots de la revista *Poder y negocios* que promocionaban al candidato panista Cesar Nava; el spot de la revista *Vértigo* que promocionaba al presidente Felipe Calderón; los spots de *TV Novelas* que promocionaban al PVEM...(Urrutia y Martínez 2009)

Ilustración 1 Portada de la revista Vértigo



Fuente: *Vértigo* 432, 28 de junio 2009

- 3) Las televisoras concedieron “entrevistas” a algunos políticos como Demetrio Sodi para que estos candidatos expusieran su proyecto de gobierno en los horarios de mayor audiencia; (Villamil 2009b)

4) Muchos gobernantes siguieron contratando spots en plena campaña para promocionar sus obras; de esta manera gobernantes como Enrique Peña Nieto, Marcelo Ebrard y Fidel Herrera, mantuvieron su publicidad y con ello su presencia a nivel nacional. Destacó la presencia de Peña Nieto, con infomerciales que diariamente se transmitían entre las pausas de los noticiarios, cuando no, como notas informativas. (Villamil 2009d)

A pesar de todo, hay que destacar que el IFE, gracias a la reforma electoral del 2007, tuvo un mayor protagonismo al censurar la publicidad negativa y la que rompía el principio de equidad. También logró un mayor control de la publicidad negativa en otros medios (prensa, Internet, etc.).

Los negocios oscuros de las televisoras con los políticos

Aparentemente las televisoras privilegiaron a algunos políticos, candidatos y partidos porque estos actores les brindaron prebendas económicas y políticas. (Salazar e Hidalgo 2009) Entre estos tratos oscuros destacan dos, el primero es del presidente Calderón quien en 2009 asignó un presupuesto de mil 791 millones de pesos para publicidad; el 60% de este presupuesto se destinó a las televisoras (Salazar e Hidalgo). Este presupuesto fue dispendioso a pesar de que el país vivía una de las peores crisis económicas de las últimas décadas; a pesar de que en lugar de este gasto exagerado el presidente pudo haber usado parte del tiempo que el IFE programaba para difundir programas públicos. En conclusión, gracias a este derroche gubernamental, las televisoras recuperaron el dinero que habían perdido con la reforma electoral de 2007. (Villamil 2009b)

El segundo contubernio que habría que destacar es el del PVEM. Este partido reservó varias diputaciones plurinominales en el Congreso de la Unión para representantes de Televisa y TV Azteca. (Villamil 2009b) En esta lista de plurinominales aparecía Ninfa Salinas Sada, hija de Ricardo Salinas Pliego, propietario de TV Azteca; Ninfa Salinas fue ubicada en el primer sitio de la cuarta circunscripción. En el segundo sitio de la tercera circunscripción iba Adriana Sarur Torre, quien era conductora de la televisora Proyecto 40, propiedad de Salinas Pliego. (Villamil 2009b)

Otros cinco de estos candidatos plurinominales del PVEM trabajaron o laboraban con Javier Tejado Dondé, quien fue Director de Información y asesor jurídico de Televisa. Lorena Corona Valdez, quien ocupaba el segundo lugar de la lista de la primera circunscripción, trabajó en el departamento jurídico de Televisa-Radio. Rodrigo Pérezalonso González, encabezaba la lista de la segunda circunscripción, era abogado egresado del ITAM y había colaborado durante dos años con Tejado Dondé. En el cuarto sitio de la misma circunscripción estaba Mariana Ivette Ezeta Salcedo; su hermano Carlos había trabajado desde dos años antes para Tejado Dondé. En los lugares primero y cuarto de la tercera circunscripción, el PVEM registró a Juan Gerardo Flores Ramírez y a Mónica García de la Fuente. Esta última trabajaba desde hacía un año con Tejado Dondé. (Villamil 2009b) Quizá a esta lista habría que agregar al senador Javier Orozco Gómez, quien fue prosecretario de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión.

En este contexto se entiende como, al margen de sabotear en lo general a las campañas de los partidos, las televisoras apoyaron abiertamente a algunos partidos, candidatos y políticos que tenían negocios con ellos. El caso más

destacado es la impactante campaña publicitaria que realizó el PVEM. Los diputados de la bancada del PVEM comenzaron extraoficialmente la campaña con spots que promovían las propuestas del partido, a saber: 1) que el gobierno otorgue un bono para que los jóvenes aprendan lenguas extranjeras y computación; 2) que el gobierno provea vales para las medicinas que no puede proveer el sistema oficial de salud; 3) Pena de muerte a asesinos y secuestradores. Muchos spots que difundían estas propuestas fueron contratados por los diputados del PVEM sin el aval del IFE con el pretexto de que estaban rindiendo informes de labores, no haciendo campaña. ... (Urrutia y Martínez 2009)

Ya en la campaña, el PVEM tuvo como “promotores oficiales” a dos actores de las telenovelas de Televisa: Raúl Araiza y a Maité Perroni (exintegrante del grupo musical RBD). Estas personalidades del mundo del espectáculo eran los protagonistas de los spots oficiales del PVEM.

Ilustración 2

Portadas de las revistas *Vértigo* y *Cambio*



Fuente: *Vértigo* 431, 21 de junio de 2009 y *Cambio* 373, 21 de junio de 2009

Además las revistas de Televisa (TV novelas) y TV Azteca (Vértigo) publicaban sendos reportajes en los que estos “artistas” promovían las propuestas del PVEM. Esta publicidad disfrazada de reportajes, recogía las propuestas del PVEM; además estos pseudoreportajes eran difundidos a través de spots ilegales (pues se transmitían al margen de la pauta asignada por el IFE) por las televisoras en los horarios de mayor *rating*. Maité Perroni también protagonizó spots, junto con diputados del PVEM; estos spots evadían el control del IFE con el pretexto de que eran informes de los diputados y no spots publicitarios de la campañas.

Toda esta publicidad ilegal parece ser la mejor explicación del inusual ascenso electoral del PVEM; pues este partido obtuvo el 6.71% de los votos en 2009, lo cual constituye el porcentaje más alto que hayan obtenido en una elección federal. El IFE impuso multas al PVEM por varias de estas acciones de proselitismo que realizó a través de la televisión. La multa más importante fue de 10 millones de pesos por la campaña de los diputados. Además el IFE también multó con 5 millones de pesos a Televisa por los spots de TV Novelas que promovían al Partido Verde. Sin embargo, hay que insistir que ninguna de las multas se equiparó con el costo del tiempo aire que las televisoras usaron ilegalmente. En conclusión podemos asegurar que las televisoras sesgaron la cobertura a partir de la pauta publicitaria de las campañas.

Para descubrir el sesgo de los noticiarios de radio y televisión, el IFE encargó a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM un estudio de análisis de contenido; se analizó la cobertura informativa de 365 noticiarios de las principales televisoras y radiodifusoras del país. Los resultados de este estudio

marcan que a nivel global los partidos tuvieron una cobertura equitativa; es decir, se otorgaron espacios a los partidos en la medida de sus resultados electorales previos. (Cuadro 6)

Cuadro 6
Número de piezas informativas en Radio y
TV por partido político

Partido	Cantidad	%
PRI	5,552	21.78
PAN	5,371	21.07
PRD	4,319	16.94
PT	1,888	7.4
CONV	1,887	7.4
PNA	1,865	7.31
PVEM	1,849	7.2
PSD	1,749	6.8
PT-CONV	550	2.1
PRI-PVEM	453	1.7
Totales	25,483	

Fuente: FCPS-UNAM 2010

Estancados en la era de la videopolítica y ciberpolítica 2.0

En México a raíz de la Reforma Electoral 2007, los partidos han perdido la oportunidad de contratar publicidad masiva por radio y TV en periodos de campaña; por este motivo, los candidatos tienen que buscar nuevas oportunidades de publicidad política que no estén controladas por el IFE. Entre ellas se encuentran los periódicos y, sobre todo, la Internet, pues mientras esta última va a la alza en todo el mundo (México incluido) los periódicos impresos van a la baja.

Las campañas políticas de 2009 pasarán a la historia de México como las primeras que usan la Internet de manera sistemática para comunicarse con el electorado. Este nuevo dato de las campañas mexicanas parecería empatar – pero no lo hace-- con la revolución política que está produciendo la Internet social en los países desarrollados. Aclaremos de entrada que la Internet no es un medio, sino una plataforma para muchos medios, para muchas personas que hacen las funciones de un medio, pero también de un receptor. En la era de la Web 2.0, la Internet es un espacio de encuentro para millones de personas que difunden e intercambian contenidos. Gracias a la participación y al trabajo colaborativo de millones de personas se habla de una Internet social, es decir, un espacio donde gracias a numerosas aplicaciones como las redes sociales, los blogs, los wikis... se comienza a configurar un nuevo espacio público, con muchas limitaciones, oportunidades y nuevos retos.

Para muchos autores, el centro de la revolución que están generando las nuevas tecnologías consiste en que los consumidores ahora se convierten en

productores, por lo cual ya no deben ser llamados consumidores sino “prosumidores”. Los usuarios de la Internet seleccionan su consumo, generan sus contenidos y los transmiten por la Red... La comunicación entre los sujetos ya no está mediada sino que es directa; los políticos ven una veta enorme pues ya no tienen que depender de las interpretaciones de los periodistas; además se reducen los costos de espacio y tiempo.

A esta nueva forma histórica de comunicación la llamo autocomunicación de masas. Es comunicación de masas porque potencialmente puede llegar a una audiencia global... Al mismo tiempo, es autocomunicación porque uno mismo genera el mensaje, define los posibles receptores y selecciona los mensajes concretos o los contenidos de la Web y de las redes de comunicación electrónica que quiere recuperar. Las tres formas de comunicación (interpersonal, comunicación de masas y autocomunicación de masas) coexisten, interactúan y, más que sustituirse, se complementan entre sí. (Castells, 2010, p. 88)

Todos estos procesos representan una revolución con respecto al viejo régimen de medios que había implantado la televisión; en el viejo régimen el público era fundamentalmente un receptor, si no totalmente pasivo, sí muy diferente del prosumidor que interactúa en la Internet.

De manera que en los países desarrollados la revolución que vive la política no es el uso de Internet, sino el uso de la Web 2.0. Es decir, en la Comunidad Europea y en Norteamérica (Estados Unidos y Canadá) se vive una época de transición en materia de comunicación política, pues en estas regiones se está pasando de la era de la videopolítica a la era de la ciberpolítica 2.0.

En los países europeos y en los Estados Unidos se han generalizado diversos términos para describir la creciente influencia de los medios en los sistemas

políticos. En el ambiente académico anglosajón se habla de una “mediatization of politics”; mientras que en países como México se habla de una democracia mediática, mediocracia, videocracia... debido al papel dominante que tiene la televisión. En las democracias tradicionales los *mass media* jugaban un papel de mediadores entre los políticos y la población; pero en la actualidad los medios tienden a convertirse en los protagonistas de la información, con lo cual desplazan la influencia de los políticos y, a veces, del mismo público. Además en México nos conviene usar el término videopolítica, puesto que los dos corporativos mediáticos, Televisa y TV Azteca, tienen una influencia excesiva en la población mexicana.

La ciberpolítica 2.0

En materia de comunicación política, la Web 2.0 ha revolucionado la estrategia de las campañas en los países desarrollados. El punto de quiebre es el triunfo de la campaña de Obama en los Estados Unidos. Al margen de los grandes factores que influyeron en la elección estadounidense, la campaña de Obama representa una revolución porque el candidato permitió que las redes sociales hicieran campaña fuera del control de la campaña oficial. Se puede decir que, en última instancia, los seguidores de Obama se empoderaron y participaron con el candidato para lograr un proyecto común.

Mientras que el escenario tradicional de la comunicación política (es decir la videopolítica) estaba dominado por los medios (televisión) y los políticos tradicionales; en la campaña de Obama los simpatizantes son los que hicieron la mayor parte de la campaña. En Estados Unidos y en algunos países Europa se habla de que las campañas viven una transición, estarían pasando de la videopolítica a la Ciberpolítica 2.0.

Dejar que los simpatizantes hicieran campaña a través de la Internet social fue un gran riesgo que asumió el equipo de Obama porque la gente común y corriente no conoce la complejidad del trabajo político. Pero gracias a esta articulación con los cibernautas, el 60% de los jóvenes votaron por el candidato afroamericano (Crotte 2009). En la práctica las redes sociales desbordaron a los estrategas de la campaña e hicieron su propia campaña, esto motivo que la gente se involucrara, que participara activamente en las tareas de la campaña, en la difusión, en el proselitismo, en la recolección de dinero... Incluso algunas de las acciones de estas redes sociales, al ser espontáneas y fuera del control de los estrategas llegaron a ser políticamente incorrectas. A pesar de estos yerros, el gran acierto fue que con esta estrategia, Barack Obama se convirtió en el líder de un movimiento que tenía su columna vertebral en la Internet social.

A través de las redes sociales de Internet Obama desarrolló redes de simpatizantes que le ayudaron en las numerosas actividades de la campaña, principalmente para: 1) Recolectar dinero entre pequeños donantes. El 91% de los 750 millones de dólares que gastó en las primarias y la campaña constitucional provino de los pequeños donantes internautas; 2) Organizar la llamada “campaña tierra”, es decir la gira del candidato en los diferentes lugares: presentaciones, mítines, reuniones, etc. 3) Combatir política y legalmente la publicidad negativa. Es decir, sus redes de simpatizantes se encargaron de defender al candidato de las difamaciones que sufrió. Llegaron incluso a perseguir legalmente y encarcelar a quienes difamaban al candidato. 4) Difundir las propuestas y el perfil del candidato vía YouTube, mailing, Facebook, etc. Para ello muchos de los artistas más famosos del mundo le brindaron su apoyo y cantaron para la campaña de manera gratuita, principalmente vía YouTube.

A menudo, los jóvenes reenviaban estos videos musicales de YouTube, de manera que la publicidad se multiplicaba de forma gratuita; a este proceso se le llama *marketing viral*; aunque claro, también sucedía que estos spots se difundían como anuncios pagados en la televisión.

La brecha digital en México

Pero el boom que ha tenido la Internet social en los países desarrollados remarca la brecha digital que margina a países como México; pues hasta 2009 la Internet, en nuestro país, sólo era un artículo de consumo para las clases medias altas y las clases altas. Según el INEGI, en marzo de 2007, sólo una quinta parte de la población (20.8 millones de mexicanos) de seis años o más en México era usuaria de la red. Además, los usuarios de Internet eran principalmente adolescentes que no tenían edad para votar y/o jóvenes que tienden a ser abstencionistas. En el sector de adolescentes (12 y 17 años) y jóvenes (18 a 24 años) es donde existe un mayor porcentaje de usuarios de la Internet. Los adolescentes representaban casi el 30% de los usuarios; el grupo de 18 a 24 años casi otro tanto (INEGI 2008)

Por tanto un gran sector de los usuarios de Internet no tenía edad para votar. A esto habría que agregar que el sector de los jóvenes históricamente registra un alto abstencionismo en las elecciones; por ejemplo, en 2003, en la elección de diputados federales, casi un 70% de los jóvenes entre 18 y 34 años se abstuvo de votar. (IFE 2004)

En este contexto, en 2009, la Internet difícilmente podía ser la gran herramienta de campaña que tanto sirvió a Obama. A diferencia de los electores de

Estados Unidos y Europa, la mayoría de los mexicanos suele ser dependiente de la televisión abierta, controlada por los corporativos Televisa y TV Azteca.

Y este es justo el escenario en el que se desarrollaron las campañas 2009, no tenemos reportes para considerar que en las campañas mexicanas se haya utilizado significativamente la Internet social. Por el contrario, revisamos los perfiles de muchos políticos nacionales (en agosto de 2009) y todos ellos no solían tener más que unos cuantos cientos de contactos en sus cuentas de Facebook, Myspace, Twiter, Hi5, etc.

Cuadro 7
Número de contactos de los políticos y candidatos en
las redes sociales de Internet

Político	Facebook	Hi5	Myspace	Twiter
Cesar Nava	4,986 simpatizantes	N.D.	9	166 visitantes
Germán Martínez	1,351 simpatizantes	N.D.	N.D.	N.D.
Josefina Vázquez Mota	435 amigos	N.D.	N.D.	29
Beatriz Paredes	1,638 simpatizantes	N.D.	N.D.	N.D.
Enrique Peña Nieto	11,995 simpatizantes	Hay redes por estado	2	N.D.
Marcelo Ebrard	117 simpatizantes	N.D.	2	N.D.
Jesús Ortega	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados en las cuentas de las redes sociales de los políticos en agosto de 2009.

Desde YouTube los partidos estuvieron marcando la agenda, especialmente el PAN con Germán Martínez y sus mensajes videograbados. Estos discursos eran difundidos a través de la página Web del PAN y de YouTube. Sin embargo, hay que insistir en que los videos partidistas que circulan en YouTube no son el tipo de videos caseros que la gente intercambia dentro del movimiento de la Web 2.0; sino que estos videos políticos son productos semiprofesionales o profesionales elaborados por los equipos de campaña. En nuestra investigación empírica analizamos 167 videos y descubrimos que la mayoría no eran videos caseros, sino videos profesionales; en una variable se revisó la calidad de producción de los videos. Descubrimos que el 83% de esos 167 videos estaban editados con software profesional de video.

En conclusión, aunque YouTube pertenece al movimiento de la Web 2.0, la forma en que las campañas mexicanas usaron el YouTube en las campañas de 2009 sigue los patrones de la videopolítica, no el de la Internet social, que es el elemento definitorio de las campañas basadas en la Web 2.0

Conclusiones

A raíz de la inconformidad de las televisoras con la reforma 2007, los dos grandes corporativos han comenzado a intervenir más activamente en la política, en las campañas y hasta en el Congreso de la Unión. En el proceso electoral de 2009 primero se hicieron presentes sabotando la programación de publicidad de las campañas políticas. Posteriormente las televisoras apoyaron a algunos candidatos y a algunos partidos violando de nueva cuenta la ley electoral. Al final de la campaña, descubrimos que las televisoras lograron crear, en la cámara de diputados, una bancada que responde a sus intereses. Esta intervención de las televisoras en el Congreso de la Unión demuestra el inmenso poder de estos corporativos y el interés que tienen por participar directamente en las grandes decisiones del gobierno mexicano. Este nivel de influencia de los corporativos de Televisión no suele verse en el concierto de los países democráticos, por eso es conveniente seguir hablando de videopolítica en México.

En este contexto se puede considerar como un triunfo de la ciudadanía el hecho de que en el 2011 la Suprema Corte de Justicia desechó la demanda de amparo que un grupo de intelectuales afines a las televisoras habían interpuesto para revertir la Reforma electoral de 2007. Sin embargo, se han mantenido los signos ominosos en la relación del gobierno federal con las televisoras. Entre estos convenios oscuros destaca el exagerado aumento en el gasto publicitario que realizó la administración del presidente Felipe Calderón. La cuantiosa inversión publicitaria de 2009, fue multiplicada en 2010 hasta alcanzar la fabulosa cifra de 6 mil 479 millones de pesos; casi 600 millones de dólares en un año para propaganda del Gobierno federal. Los grandes bene-

ficiarios de este dispendio son los corporativos de la televisión: Televisa y TV Azteca. (Reforma 2011)

También hay que resaltar que en este escenario de excesivo poder de las televisoras, la ciberpolítica 2.0 resulta muy prometedora. Representa una oportunidad para que la gente común y corriente participe en movimientos sociales; estos podrían desplazar a las televisoras que se constituyen en uno de los poderes fácticos más trascendentes de la política mexicana.

La nota esperanzadora de las elecciones de 2009 es que la Internet social comienza a tener mayor protagonismo. Hay que matizar nuestro optimismo porque el uso de la Internet en las campañas mexicanas aun no es representativo de la revolución que se está gestando en los países desarrollados con la Web 2.0. Por el contrario, el uso de la Internet en las campañas mexicanas aun sigue los patrones de la videopolítica.

Sin embargo, el crecimiento de usuarios de la Internet registra un crecimiento explosivo, más importante aun es el crecimiento de las redes sociales. Tan sólo en 2008 las redes sociales tuvieron un crecimiento del 121% en Latinoamérica; el caso más destacado fue el de Facebook, el cual creció en 800% (Tendencias Digitales 2008). En este sentido es probable que con el crecimiento de las redes sociales muchas campañas políticas podrán tener una nueva vertiente: el empoderamiento de los ciudadanos, la creación y el desarrollo de movimientos sociales que se involucren en la política. Personalmente creo que la mayor parte de los políticos mexicanos no están preparados para permitir este empoderamiento de los ciudadanos a través de la Internet social; pero ya habrá políticos que se comprometan con el empoderamiento de la gente. En el futuro, estos políticos de nuevo cuño aliados a los movimientos ciudadanos empoderados podrían configurar un nuevo escenario para la política mexicana, tal como está sucediendo en otros países.

Referencias bibliograficas, hemerográficas y recursos digitales

- Consulta Mitofsky julio 2009, “Economía, gobierno y política, monitor mensual de consulta Mitofsky”. México, www.consulta.com.mx
- Crotte, Salvador Frausto (2009) “Son las cibercampañas estúpidos”, *El Universal*, 19 de enero, México.
- Díaz, Gloria Leticia (2009) “Ebrard: el TEPJF no respetó la voluntad de la gente de Iztapalapa” 17 de junio, Proceso. México.
- El Universal* (2009) “Insiste Ortega: ‘la expulsión de AMLO después de las elecciones’” 19 de junio. México.
- Espino, Germán (2009) *La república del escándalo, política espectáculo, temas negativos y escándalo mediático en las campañas presidenciales*, Fontamara-UAQ-IEQ, Querétaro.
- FCPS-UNAM (2009) “Monitoreo de Medios Proceso Electoral a Diputados Federales 2009” Mimeo. México.
- Granados Chapa, Miguel Ángel (2010) “Jesús Ortega ilegal” Plaza Pública, Reforma, 7 de diciembre. México.
- IFE 2010, Sistema de consulta de la estadística de las elecciones federales 2008-2009, <http://www.ife.org.mx/documentos/RESELEC/SICEEF/principal.html>
- IFE (2004) “Informe de resultados del estudio de la participación ciudadana en las elecciones federales de 2003” México. www.ife.org.mx
- INEGI (2008), “Estadísticas a propósito del día mundial de Internet”, en www.inegi.com

- INEGI (2009) Comunicado núm. 217/09, 14 de agosto de 2009 Aguascalientes. www.inegi.gob.mx
- Irizar, Guadalupe (2009) “Sancionan a Televisa, revista y PVEM”, *Reforma*, 27 de junio, México.
- Garduño Morán, Karla (2009), “PRI: octogenario”, Suplemento Enfoque, *Reforma*, 1 de marzo, México.
- Olmos, José Gil (18 de marzo, 2007), “Dick Morris: injerencia impune”, en Proceso, núm. 1585, México.
- Parametría (2009) “Campañas y desempeño gubernamental”, www.parametría.com.mx
- Ramos, Jorge (2010) “Gobierno revela mapa de guerra entre Cárteles”, *El Universal*, 28 de agosto, México.
- Reforma (2011) “Sube gasto 300% Calderón en spots”, *Reforma*, 30 de marzo, México.
- Reséndiz, Francisco (2009) Los hombres del marketing electoral, *El Universal*, 2 de julio, México.
- Rodríguez Gómez, Alfredo et al (2010), “La cobertura de los medios a las campañas para la gubernatura de Querétaro en 2009” Tesis para obtener el grado de Licenciado en comunicación y periodismo, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro.
- Salazar Claudia y Jorge Arturo Hidalgo (2009) “Duplica Gobierno el gasto en spots” en *Reforma* 23 de febrero, México.
- Secretaría de Gobernación (2008) “Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales”, *Diario Oficial de la Federación*, Lunes 14 de enero de 2008, México.

-
- (2009) Informe ENCUP 2008. Democracia, participación ciudadana, cultura política, confianza. México.
- Tendencias Digitales (2008) “Usos de Internet en Latinoamérica 2008”, Disponible en: http://www.tendenciasdigitales.com/index_esp.asp
- TEPJF (2006) “Dictamen relativo al cómputo final de la elección de presidente de los Estados Unidos Mexicanos, declaración de validez de la elección y de presidente electo”. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, México. En www.ife.org
- Trejo Delarbre, Raúl (2005) “Acaparamiento radiofónico”, *La Crónica de Hoy*, 20 de septiembre, México. <http://mediocracia.wordpress.com/2005/12/10/acaparamiento-radiofonico/>
- Urrutia, Alonso y Fabiola Martínez (2009) “Desacata TV Azteca orden del IFE de suspender promocionales de *Vértigo*” *La Jornada*, 2 de julio, México.
- Villamil, Jenaro (2009a) *Si yo fuera presidente, el reality show de Peña Nieto*, Grijalbo. México.
-
- (2009b) “Azcárraga y Salinas, por el poder político”, *Proceso*, 28 de junio, México.
-
- (2009c) “La sanción a TV Azteca”, *Proceso*, 28 de julio, México.
-
- (2009d) “Las apariciones en Televisa son “legales”: Peña Nieto”, *Proceso* 30 de junio, México.
- Villamil, Jenaro (2010) Televisión en México: Concentración, como en la Era del PRI, 21 de abril, <http://jenarovillamil.wordpress.com/2010/04/21/television-en-mexico-concentracion-como-en-la-era-del-pri/>

Ni derrota final para el PAN, ni triunfo absoluto del PRI; los gajes del oficio en la democracia

Martagloria Morales Garza¹

Aristóteles Ramírez²

Introducción

Cuando se realiza una lectura superficial de las elecciones de 2009 ésta nos orienta a pensar que los queretanos han cambiado radicalmente el sentido de sus preferencias partidarias. Desde esta orientación, la supuesta hegemonía panista habría quedado como un capítulo anecdótico de la historia política queretana. Algunos se aventuran a decir que el PRI ha vuelto para sentar sus reales y que no abandonará el gobierno de Querétaro durante un largo periodo. En contrapartida, una lectura profunda nos revela un Querétaro políticamente dividido (quizás no polarizado), por la decisión de un electorado cuyas preferencias son mucho más estables de lo que se muestra en la superficie.

1 Profesora Investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Querétaro. garza@uaq.mx.

2 Egresado de la Especialidad en Partidos Políticos y Procesos Electorales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro.

La división de las preferencias electorales de los queretanos arroja un saldo que, en términos de posiciones políticas, resulta favorable al PRI y pone en franca desventaja a las otras dos grandes fuerzas políticas del Estado: el Partido Acción Nacional y el Partido de la Revolución Democrática.

Las elecciones federales de 2009 eran llamadas “intermedias”, porque se presentaron a la mitad del sexenio presidencial. Muchos creían que representarían una suerte de evaluación de los primeros tres años de la gestión presidencial. De hecho, la campaña de Acción Nacional, el partido del primer mandatario, planteó la elección como una evaluación a “la lucha contra el crimen organizado”. Es decir, el PAN tácitamente pedía a los electores su voto como una muestra de apoyo a este plan del presidente Calderón.

Por otro lado, este proceso electoral también se realizó en el contexto de una crisis económica internacional que tuvo un fuerte impacto en México. De hecho, en el último trimestre de 2009 el PIB tuvo una caída de 10.4 puntos, tomando como referencia el crecimiento del 6.6 en el año 2000 y el -7 en 2009.³

Si confrontamos los resultados de las elecciones de 2009 con los de la elección previa (2006), podríamos llegar a conclusiones superficiales; de hecho, a partir de esta comparación muchos hablan de “una estrepitosa caída de Acción Nacional” o de un “repunte meteórico del Revolucionario Institucional”. Recordemos que los comicios del 2006 se distinguieron porque el PAN ganó los cuatro distritos con el doble de los votos que obtuvo el PRI; en otras palabras, Acción Nacional arrasó. Sin embargo, la elección del

³ De la Peña, Ricardo, “¿Qué pasó el 5 de julio? Primeros apuntes sobre los resultados de las elecciones para diputados federales en México, 2009.” U.A.Q. Querétaro, 13 de agosto de 2009. *La Jornada*, 29 de septiembre de 2009, p.21.

2006 fue atípica por muchos factores. Entre estos destaca que se desarrolló un proceso electoral presidencial polarizado entre el PAN y el PRD, en esta elección el PRI se convirtió en un espectador. En la práctica muchos electores que tradicionalmente “votaban por el PRI”, en esta ocasión optaron por abandonar al candidato presidencial de este partido para favorecer a López Obrador. Este “voto estratégico” debilitó en gran manera al PRI en los cuatro distritos federales de Querétaro.⁴

Por esta razón, un análisis comparativo de las elecciones de 2009 no debería referirse al proceso de 2006, sino a la elección intermedia del 2003. Esta última si comparte muchas características con la del 2009, a partir de estas coincidencias podemos plantear como hipótesis la estabilidad del votante queretano. Dicha estabilidad tiene matices que trataremos de explicar, por ejemplo: ¿Cuáles son las opciones partidarias estables y cuáles no?, ¿Cómo se explica la pérdida de posiciones del PAN?, ¿Cómo se explica el crecimiento innegable del Verde y la debacle del PRD?

Descripción de los distritos electorales del estado

El estado de Querétaro se encuentra en el centro del país. Es uno de lo más pequeños de la República mexicana pues cuenta con una extensión territorial de 11,769 kilómetros cuadrados. Sin embargo, su geografía es muy diversa, el estado tiene tres regiones fisiográficas que hacen diferentes sus características

⁴ La consideración de la elección de 2006 como atípica está asociada a la idea de que existen alineamientos electorales que no se convierten en realineamientos permanentes, este es el caso de la elección presidencial de 1988, cuando el Frente Nacional obtuvo el 32% de los votos y aunque el Frente se disolvió, la izquierda sumada nunca volvió a tener un porcentaje similar sino hasta el 2006, por lo tanto se consideran alineamientos del sistema de partidos de carácter coyuntural y en nuestra opinión no pueden ser tomados como referencia para analizar otras elecciones, salvo presidenciales.

físicas: la provincia del Eje Neovolcánico, la provincia de la Mesa Central y la Provincia de la Sierra Madre Oriental.

De los 18 municipios que conforman el estado, los que cuentan con características de mayor aptitud para el desarrollo agropecuario son los del sur, ubicados en la provincia del Eje Neovolcánico. Esta provincia corresponde también a lo que tradicionalmente se ha denominado “región de los valles”. Sus suelos son profundos y fértiles, y como el nombre lo indica, se forma por planicies que permiten la producción a gran escala.

En la parte central se ubica la región del semidesierto, conformada por la parte sur de la provincia de la Sierra Madre Oriental en conjunto con la Mesa Central. Su ubicación, más baja que los municipios del norte, impide que los vientos húmedos del Golfo lleguen a esta zona, por lo que sus suelos son rocosos, no aptos para la agricultura. Mientras que, en el norte, los municipios cuentan con características diferentes entre sí, con posibilidades de explotación forestal y algunas zonas de producción frutícola.

Según el Censo de Población y Vivienda 2005, Querétaro tenía 1 millón 598 mil 139 habitantes, de los cuales el 70%⁵ se concentran en los municipios de Querétaro, Corregidora, El Marqués⁶ y San Juan del Río. El 30% restante se reparte en 14 municipios.

El padrón electoral de Querétaro tenía 1 millón 144 mil 390 electores en 2009; el 59% de estos repartieron su voto entre una baraja de 270 candidatos de mayoría,⁷ pertenecientes a los ocho partidos legalmente facultados para disputarse un total de 38 cargos de mayoría relativa. Se eligieron: un

5 Cálculo de elaboración propia con base en los datos del Censo de Población y Vivienda 2005.

6 Cabe señalar que tanto el municipio del Marqués como el de Corregidora están conurbados al municipio de Querétaro.

7 Se contabilizan únicamente los candidatos titulares de los comicios tanto locales como federales.

gobernador, 18 alcaldías correspondientes, 15 diputaciones locales y cuatro diputaciones federales.

El distrito federal I (ver mapa) comprende 11 municipios, a saber: Arroyo Seco, Pinal de Amoles, Peñamiller, San Joaquín, Tolimán, Colón, Cadereyta, Ezequiel Montes, Tequisquiapan, Pedro Escobedo y Landa de Matamoros. Por la gran cantidad de municipios que alberga, este distrito es geográfica y socioeconómicamente muy diverso, ya que comprende, por un lado, la región de la Sierra Gorda, caracterizada por ser de marginación alta y muy alta; por el otro lado, abarca buena parte del semidesierto queretano, caracterizado por ser una región de valles y de marginación media y baja, comparativamente es menos pobre que la parte serrana. En este distrito viven 341,462 personas de las cuales 265,783 están en la lista nominal de electores;⁸ 52.07% son mujeres y 47.93%, hombres.

El distrito II abarca cuatro municipios: San Juan del Río, Huimilpan, Amealco y Corregidora. Todos estos municipios se caracterizan por su cercanía con la capital y entre todos conforman un distrito francamente polarizado: Amealco y Huimilpan presentan niveles altos de marginación, mientras que San Juan del Río y Corregidora son de muy baja marginación. En este distrito viven 401,865 personas de las cuales 289,608 están en la lista nominal de electores; el 52.17% son mujeres y 47.83%, hombres.

Por su parte, el distrito III comprende solo una porción del territorio del municipio de Querétaro; cuenta con 295,627 ciudadanos registrados en la lista nominal de electores. Por ser la capital del estado el nivel de marginación del distrito es muy bajo.

⁸ Datos tomados de la página del IFE.

El distrito IV se integra con la porción restante del municipio de Querétaro y con el municipio de El Marqués, cuya marginación es media; entre ambos segmentos representan 293,327 ciudadanos de la lista nominal de electores.

A diferencia de lo que sucedió en 63 distritos federales donde el PRI construyó coalición con el Partido Nueva Alianza, en Querétaro solo los partidos PT y Convergencia optaron por competir unidos bajo el nombre de “Salvemos México”. Sin embargo, es relevante mencionar que en el plano local la candidatura del PRI a gobernador estuvo coaligada con el Partido Nueva Alianza.



Los candidatos, los procesos de selección y las campañas

Los factores que determinan que unas elecciones se ganen o se pierdan son muchos; no hay acuerdo entre los estudiosos sobre el peso que tienen los diferentes factores. El factor económico es una de los que más se han estudiado; sin embargo, la evidencia empírica que se ha mostrado es contradictoria. Fiorina (1981) afirma que cuando la situación económica es mala los ciudadanos votan en contra del partido gobernante; en contraposición, Cheibub y Przeworski (1999) han mostrado que la pervivencia en el poder de los presidentes de gobiernos democráticos es insensible al comportamiento de la economía. De igual manera, en el caso de México Buendía (2000) ha concluido que un pobre desempeño de la economía impacta sobre el partido gobernante.

Visto desde esta perspectiva la caída de apenas 5% en la votación del PAN en las elecciones del 2009 (comparadas con las del 2003), no es realmente sorprendente, ni siquiera es tan importante considerando el impacto que la crisis está teniendo en la economía nacional y en la de los ciudadanos. Podemos mencionar, incluso, un dato muy significativo: en Querétaro los resultados del PAN estuvieron 10 puntos porcentuales arriba de la media nacional; es decir, Querétaro es una de las entidades donde la caída electoral del PAN fue menor.

Los otros factores que pueden influir en los resultados electorales se refieren a la campaña y al perfil del candidato. Tampoco hay acuerdo sobre el impacto de estos factores, pero algunos autores (Bernard, 1998) han insistido

en que los electores votan más por candidatos que por partidos, por lo que se esperaba que estos factores tuvieran un peso en los resultados.

Con base en este último argumento, haremos una rápida revisión de las campañas políticas. Iniciaremos con el proceso de selección de candidatos hasta las estrategias de campaña. Quizá un elemento relevante es que, en 2009, las elecciones federales coinciden con la elección de gobernador, diputados y alcaldes de los 18 municipios de la entidad. Esta coincidencia es relevante pues, de alguna manera, las campañas, incluso las federales, se coordinan en torno a los candidatos a gobernador.

La reforma a la Ley electoral⁹ que se realizó en 2007-2008, reservó al IFE la capacidad de contratar anuncios de radio y televisión. Esta nueva ley provocó que los partidos desarrollaran estrategias generales porque el presupuesto de medios para las campañas de los diputados federales era administrado a nivel nacional. Por este motivo, los mensajes que proliferaron fueron nacionales, de la bancada. Esto impidió que los diputados en las entidades federativas dispusieran de espacios y estrategias más locales en los medios electrónicos (TV y radio) para sus campañas. Esto motivó que las campañas de los diputados federales dependieran de las campañas locales; sobre todo cuando estas eran de gobernador, como sucedió en seis entidades del país (entre ellas Querétaro).

⁹ Nos referimos a las modificaciones del COFIPE en los artículos 43, 45, 47 y 48 referidos a el uso de radio y televisión por parte de partidos políticos durante los procesos electorales, publicadas en el Diario oficial de la federación el 31 de diciembre de 2007. En relación con diferentes impactos de las reformas en los procesos electorales Cfr. Langston, Joy (2009)

El proceso de selección de candidatos tanto en el PRI como en el PAN estuvo dominado por la lógica de evitar los conflictos internos; sobre todo en los casos de candidatos para la gubernatura y para los candidatos a presidentes municipales. En el caso de Acción Nacional las cuatro candidaturas de diputados federales fueron por designación directa del Consejo Nacional. Esto último nos orienta a creer que estas candidaturas se concibieron como espacios de negociación entre algunos de los principales grupos internos del PAN, la designación de estas candidaturas sirvió de válvula de escape a la fuerte pugna por la gubernatura y por las alcaldías de los municipios conurbados a la capital. En el caso del PRI se buscó y prácticamente se logró, que las cuatro candidaturas fueran de unidad para fortalecer el proceso de selección a la gubernatura.¹⁰

En el resto de los partidos, las candidaturas se eligieron con base en las prioridades nacionales y con el objetivo de mantener el registro; en este sentido, los procesos de selección de estos partidos no eran relevantes para el análisis de los resultados electorales de la entidad, pues eran partidos con escasa presencia electoral a nivel local.

El proceso de selección de candidatos de Acción Nacional fue un proceso sumamente complicado; desde el punto de vista de algunos panistas, se rompió con el procedimiento tradicional del partido, el cual estipulaba que los militantes participaran indirectamente en este proceso. Estos cambios en

10 Para un análisis más detallado del proceso de elección local de 2009 ver: Martha Gloria Morales Garza, La "Lucha por la gubernatura; Querétaro 2009", ponencia presentada en el Simposio *Los Estados en el 2009: lucha política y competencia electoral* realizado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM del martes 21 de julio al martes 25 de agosto de 2009. Este evento fue organizado por la Asociación Mexicana de Consejeras y Ex Consejeras Electorales (AMCEE); el Instituto Electoral del estado de México, (IEEM); el Instituto Electoral del Distrito federal (IEDF); la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa y, el Centro de Estudios Políticos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

el proceso de selección se relacionan directamente con la modificación de los estatutos del partido en 2008; particularmente en lo que se refiere a la creación de la Comisión Nacional de Elecciones, la cual surge con el propósito de asumir la organización de los procesos de selección de candidatos a puestos de elección popular a nivel nacional, estatal y municipal (Artículo 36 de los Estatutos de Acción Nacional). En la práctica, como se demostró en la elección del 2009, la aparición de esta comisión incrementa el poder de decisión del presidente del partido en el ámbito de la selección de candidatos.¹¹

En la elección del 2009, en 20 entidades federativas se eligieron los candidatos a diputados por la vía tradicional y en las 12 restantes, estos fueron designados. Es importante mencionar que no solo se designó a los candidatos de mayoría sino también a los de representación proporcional. El caso de Querétaro es particularmente interesante pues es el único estado gobernado por Acción Nacional donde se designaron candidatos.¹²

Según los estatutos, los candidatos a puestos de elección son electos por los militantes salvo excepciones claramente expresadas en los propios estatutos (Artículo 43 apartados A y B). Los dos mecanismos excepcionales son la elección abierta y la designación directa. Esta última procede cuando se cumple alguna de las siguientes circunstancias:

11 Las facultades de la Comisión Nacional de Elecciones, expresadas en extenso en los estatutos (Artículo 36 bis) son muy amplias y van desde preparar organizar y vigilar los procesos de selección, proponer al Comité Ejecutivo Nacional los casos de excepción previstos en el estatuto, definir el método de elección, emitir la convocatoria, dirimir controversias, calificar las condiciones de elegibilidad y aprobar el registro de los candidatos. Como se puede ver las facultades de la comisión son muy amplias; de manera que ésta se convierte en una instancia sumamente poderosa en este ámbito de acción. Adicionalmente la Comisión Nacional de Elecciones es electa por el Comité Nacional a propuesta del Presidente del Partido.

12 Las entidades donde los diputados fueron designados, fueron; Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Estado de México, Hidalgo, Guerrero, Nayarit, Querétaro, Tabasco, Tamaulipas y Zacatecas. Información proporcionada por la página electrónica del partido en enero de 2009. Por designación directa entraron 192 candidatos a diputados de mayoría, de un total que ascendía a 300.

- a. Para cumplir reglas de equidad de género;
- b. Por negativa o cancelación de registro acordadas por la autoridad electoral competente;
- c. Por alguna causa de inelegibilidad sobrevenida;
- d. Por fallecimiento, inhabilitación, incapacidad, renuncia o cualesquiera otro supuesto de falta absoluta de candidato, ocurrida una vez vencido el plazo establecido para los procesos internos de selección de candidatos;
- e. Por situaciones políticas determinadas en el reglamento;
- f. Por hechos de violencia o conflictos graves atribuibles a más de uno de los pre candidatos a cargos de elección popular, **o cualquier otra circunstancia que afecte la unidad entre miembros del partido, ocurridos en la entidad federativa, municipio, delegación o distrito de que se trate;**
- g. Cuando el porcentaje de votación obtenido por el partido en la elección inmediata anterior, federal o local, sea menor al dos por ciento de la votación total emitida;
- h. Se acredite que las solicitudes de ingreso de miembros activos y de registro de adherentes se realizaron en contravención a lo dispuesto en los artículos 8 y 9 de estos Estatutos.
- i. En los casos previstos en estos Estatutos.

Suponemos que en el caso de Querétaro, la razón que se utilizó fue la resaltada en negritas, pues los niveles de conflicto fueron muy altos. Pero es importante destacar que el conflicto no estaba en las candidaturas a diputa-

dos federales sino en la candidatura por la gubernatura y las de algunas presidencias municipales. En este sentido, la justificación era que las designaciones sirvieron como premios de consolación para los disidentes que no obtuvieron la candidatura que habían pretendido inicialmente.

En la realidad ni siquiera esta justificación es coherente, salvo en el caso del candidato del III distrito federal Arturo Maximiliano García; éste era un fuerte candidato a la presidencia municipal de Querétaro y había luchado contra el candidato del grupo político del gobernador. A fin de cuentas, este distrito fue perdido por Acción Nacional y el candidato no obtuvo ninguno de los dos cargos que había pretendido. (Ver anexo No 1, Lista de candidatos a diputados federales 2009)

Otro de los disidentes que esperaba ser nominado como Diputado Federal era Héctor Lugo Chávez, quien había sido Secretario de Desarrollo Agropecuario del gobierno estatal y consejero nacional del partido. Aunque inicialmente pretendió la candidatura al gobierno del estado,¹³ finalmente manifestó que esperaba la candidatura para la diputación del distrito I (ubicado en la sierra). Esta candidatura se entregó a Miguel Martínez Peñaloza, joven panista que había sido el primer presidente municipal panista de Cadereyta (en el periodo 2000-2003); durante la elección del 2009 era diputado local con licencia. Esta diputación si fue conquistada por Acción Nacional.

13 De hecho fue obligado a renunciar por el gobernador por hacer público su deseo de contender por la gubernatura. Este conflicto entre los panistas de la entidad fue tan grave que el 5 de Octubre de 2009, Héctor Lugo Chávez fue nombrado delegado de la Sagarpa en la entidad y, según su propia declaración en la prensa local, renunció al partido porque algunos diputados federales de Querétaro presionaron a los Pinos para su destitución. Finalmente también renunció a la delegación federal.

El distrito II comprende los municipios de San Juan del Río, Corregidora, Huimilpan y Amealco; la candidatura a diputado para esta demarcación recayó en Adriana Fuentes quien fue regidora del Municipio de Querétaro de 2003 a 2006 y diputada en la legislatura que terminó en el 2009. Adriana Fuentes ganó por un margen muy pequeño, es muy probable que por ausencia de la votación panista esperada en San Juan del Río, donde no tuvo un apoyo significativo. Adriana Fuentes había sido una integrante distinguida del grupo del gobernador Francisco Garrido.

El distrito IV está ubicado en los municipios de Querétaro y El Marqués. En esta diputación Acción Nacional también sufrió una derrota, el partido presentó como candidata a “María del Carmen Ortuño Gurza, una total desconocida al seno del partido y al exterior y con la única gracia de ser la hermana de una senadora”¹⁴ (*Diario de Querétaro*; 24 de marzo del 2009). Como veremos más adelante esta designación impactó directamente en la votación, pues este distrito es uno de los que históricamente registra una votación más alta a favor de Acción Nacional. Y fue justamente aquí, en 2009, donde el PRI ganó con un mayor margen de votos.

El panorama de Acción Nacional en el estado es como afirma Verónica Ortiz (2009), “Sorprendente, dado el pobre desempeño de los gobernadores panistas, la fracción parlamentaria del partido gobernante aparece dominada por colaboradores cercanos a los mandatarios locales”. En el caso de Querétaro, destaca sin duda, que los dos diputados federales electos por el principio de mayoría así como las dos diputadas federales electas por el principio de representación proporcional estaban vinculadas claramente con

¹⁴ Es notorio el comentario tan agrio sobre la candidatura de Carmen Ortuño, sobre todo porque el *Diario de Querétaro* mantuvo durante los seis años del gobierno de Garrido una postura francamente pro panista.

el gobernador saliente; una de ellas era Marcela Torres, esposa de Francisco Garrido.

En contraste con las luchas intestinas del PAN, el proceso del PRI fue prácticamente terso. Los diferentes grupos del priísmo local dirimieron sus conflictos en privado y distribuyeron las candidaturas tanto locales como federales entre todos los grupos. Los candidatos a diputados federales se eligieron en la convención de delegados realizada el 22 de marzo de 2009; en el caso de los candidatos por los distritos I, II y III, estos fueron electos como candidatos de unidad después de que los otros contendientes declinaron. Para el caso del distrito IV se realizó una votación directa en la propia convención y el candidato ganador fue Reginaldo Rivera de La Torre¹⁵ (*Diario de Querétaro*, 23 de marzo, 2009).

Los cuatro candidatos del PRI representan a viejos sectores de priístas; en el distrito I la candidatura recayó en el expresidente Municipal de Toliman, Magdaleno Muñoz González, quien había sido maestro rural bilingüe; en 2009 era diputado local. En el distrito II y III las candidaturas recayeron en Jesús Ángeles Nájera y Alfredo Francisco Lugo Oñate. El primero era originario de San Juan del Río y había sido Secretario del Ayuntamiento durante la gestión de la priísta Jacaranda López Salas (2003-2006). El segundo había ocupado diversos cargos de dirección del PRI a nivel local, había sido dirigente de la CNOP y regidor del municipio de Querétaro (2003-2006). El IV distrito recayó en Reginaldo Rivera de la Torre, éste era un abogado, viejo militante de este partido y que había sido funcionario municipal durante la última gestión priísta en el municipio de El Marqués.

15 La votación se hizo entre Reginaldo Rivera de la Torre que obtuvo 124 votos, Carlos Rentería Ayala con 86 votos y Guadalupe Castañón Robledo con cinco votos. Después de la convención no hubo ninguna manifestación de desacuerdo por parte de los candidatos derrotados.

Los candidatos a diputados plurinominales de Querétaro expresan también la distribución que hubo entre grupos para lograr la unidad; sin embargo, el PRI sólo colocó a un diputado plurinominal de Querétaro (en la segunda circunscripción), esta candidatura recayó en el exalcalde del municipio capital Jesús Rodríguez.¹⁶

Los procesos de selección de los otros partidos no tuvieron impacto mediático ni efecto político, los candidatos de los tres partidos de izquierda (Convergencia, PRD y PT), como veremos más adelante, no lograron siquiera mantener la votación obtenida en 2003 mucho menos lo que habían alcanzado en 2006 gracias a la candidatura de López Obrador. La única sorpresa, que también se reflejó en la votación nacional, fue el alto porcentaje de votos obtenidos por el Partido Verde; este éxito electoral logró llevar a la cámara local de Querétaro a dos de sus candidatos a diputados por el principio de representación proporcional.

Las campañas de diputados federales fueron totalmente opacadas por las campañas para gobernador y por las de los candidatos a presidentes municipales; ambas acapararon la atención de la ciudadanía y de los medios impresos. Creemos que los resultados electorales negativos para Acción Nacional en buena medida se explican por los conflictos que se generaron por las candidaturas locales y por la imposición de los candidatos federales.

16 Jesús Rodríguez es un viejo militante del PRI, fue Presidente Municipal de Querétaro de 1994 a 1997, fue también diputado local y en los años previos a la elección de 2009 había sido dirigente estatal del partido. Adicionalmente se postuló como precandidato a gobernador en las internas del PRI en 2009, finalmente se retiró cuando le dieron un lugar en la lista de diputados federales plurinominales.

Comportamiento Electoral

La elección arroja el saldo de una férrea competencia entre el PAN y el PRI; así como el desplazamiento del PRD como tercera fuerza política en el estado, en su lugar queda el PVEM. En esta ocasión, el PAN y el PRI se dividen los distritos federales, dos cada quien. El margen de victoria entre ellos se reduce a 3,591 votos (ver cuadro 1). Lo más interesante de los resultados es que los triunfos panistas se dieron en regiones que, hasta entonces, habían sido bastiones priistas: la sierra y el semidesierto. Mientras que el triunfo priista se presentó en los distritos de la capital, justo donde Acción Nacional había sido dominante.

En 2003 aunque ya el predominio del PAN era muy significativo el PRI ganó el distrito federal I y estuvo muy cerca en el distrito II; en este último la diferencia fue de poco más de 1,000 votos. En cambio, en los distritos que corresponden al municipio de la capital el triunfo de Acción Nacional fue contundente; en el distrito III obtuvo una diferencia de más de 13,000 votos y en el distrito IV casi 20,000 votos. Estos márgenes de victoria cambian en la elección del 2009 y eso es quizá uno de los cambios más interesantes: los electores del municipio de Querétaro modificaron su preferencia electoral y permitieron el triunfo del PRI.

Cuadro 1

Resultados generales, elección de diputados federales por Querétaro en 2009

DISTRITO	PAN	PRI	VERDE	PRD	PT	C	OTROS	NO REGIS.	NULOS	TOTALES
CADEREYTA DE MONTES	69855	58999	9947	6539	3068	9615	3223	54	7600	168900
I %	41,36	34,93	5,89	3,87	1,82	5,69	1,91	0,03	4,50	100
SAN JUAN DEL RIO	59869	59375	14047	5904	3041	5067	6603	134	7835	161875
II%	36,98	36,68	8,68	3,65	1,88	3,13	4,08	0,08	4,84	100
SANTIAGO DE QUERETARO	64824	65744	12963	4293	3424	3024	7584	267	7170	169293
III%	38,29	38,83	7,66	2,54	2,02	1,79	4,48	0,16	4,24	100
SANTIAGO DE QUERETARO	67736	74575	12336	5401	3638	3904	4587	224	7443	179844
IV%	37,66	41,47	6,86	3,00	2,02	2,17	2,55	0,12	4,14	100
TOTALES	262284	258693	49293	22137	13171	21610	21997	679	30048	679912
TOT %	38,58	38,05	7,25	3,26	1,94	3,18	3,24	0,10	4,42	100

Fuente: Elaboración propia, con base en los cómputos distritales del IFE, 2009.

Este claro empate entre las dos principales fuerzas políticas del estado (PAN y PRI), se expresa de la siguiente manera: el PAN obtuvo el 38.58% de los votos, mientras que el PRI alcanzó el 38.05; es decir, sólo 0.54% de diferencia, lo cual equivale a 3,591 votos en una elección donde se emitieron 679,912 votos. La elección del 2003¹⁷ ya había sido una elección muy reñida, pues la diferencia porcentual entre los dos partidos fue de 5.86 por ciento, es decir, 28,436 votos. Sin embargo, en la elección de 2009 los márgenes de victoria llegan a ser muchísimo más estrechos.

¹⁷ Es importante recordar que en 2003 el PRI compitió en alianza con el PVEM, esto hace que el incremento en la competitividad en el 2009, cuando el PRI participa sin alianzas, sea aun más notoria.

En el plano distrital el comportamiento no fue muy distinto, ya que en los distritos II y III el margen de victoria es muy estrecho, con una diferencia de 0.30% a favor del PAN y de 0.54% a favor del PRI, respectivamente (ver cuadro 2). Los otros dos distritos fueron ganados con cierta comodidad por ambas fuerzas políticas, en el distrito I el PAN obtuvo una ventaja mayor al 6% con respecto al PRI; mientras que el margen de victoria del PRI respecto del PAN en el distrito IV fue ligeramente menor al 4%.

Aquí también se torna interesante la comparación con los resultados electorales de 2003, pues en esta ocasión el margen de victoria más estrecho fue en los distritos I y II es decir en los correspondientes a los municipios de la Sierra y del semidesierto, donde el margen de victoria fue de 4% en el primero y de 0.78% en el segundo. En cambio el margen de victoria en los distritos correspondientes al municipio de Querétaro fue de 10% y 16% respectivamente, a favor de Acción Nacional.

Cuadro 2
Margen de victoria por distrito, elección de diputados federales por Querétaro en 2009

	2009			2003		
Distrito	Diferencia %	Diferencia absoluta	Ganador	Diferencia %	Diferencia absoluta	Ganador
Cadereyta de Montes	6,43	10,856	PAN	4.31	5,489	PRI
San Juan del Río	0,3	494	PAN	0.79	1,128	PAN
Santiago de Querétaro	0,54	920	PRI	10.03	13,399	PAN
Santiago de Querétaro	3,81	6,839	PRI	16.93	19,398	PAN
Totales	0,59	3,591	PAN	5.86	28,436	PAN

Fuente: Elaboración propia con base en los cómputos distritales del IFE.

Comparando los resultados de 2009 con los obtenidos por los partidos en 2003, todos los partidos ganaron electores; excepto el PRD que es el único que pierde en la suma total de los distritos. En este juego de sumas y restas tendríamos que cuestionarnos dos cosas: por un lado, si el PAN no perdió votos, ¿cómo se explica que haya perdido dos de los cuatro distritos? Por otro lado, es plausible preguntar cómo se repartieron los votos perdidos por el PRD, es decir, ¿qué partidos fueron los ganadores del botín perredista?

El siguiente cuadro muestra cómo el PRI y el PAN son los partidos con mayor eficacia en términos de la ganancia de simpatías electorales, mientras que el PVEM se convierte en el tercer partido con mayor capacidad de ganancia de votos. El crecimiento del PRI es de 79,187 votos, del PAN 38,874 y el del Verde de 33,825, esto significa que si bien en términos porcentuales hay un empate en Querétaro, en lo que se refiere al crecimiento absoluto, la votación del PRI creció casi dos veces más que la del PAN.

Cuadro 3
Ganancia absoluta de votos.
Comparación de votos obtenidos en 2003 y 2009

Distrito	Ganancia o pérdida absoluta de votos									
	PAN	PRI	PRD	VERDE	C	PT	OTROS	NO REGIS	NULOS	TOTALES
Cadereyta de Montes	23,167	10,642	-5,530	6,127	5,560	-369	327	40	1,618	41,582
San Juan del Río	2,282	7,158	-2,887	9,805	828	-566	1,311	80	2,459	20,470
Santiago de Querétaro	2,608	20,896	-5,211	8,994	2,557	1,560	1,617	244	3,713	36,978
Santiago de Querétaro	10,817	40,491	-4,094	8,899	-69	2,160	1,624	210	5,245	65,283
Totales	38,874	79,187	-17,722	33,825	8,876	2,785	4,879	574	13,035	164,313

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de los cómputos distritales del IFE

Nota: La ganancia o pérdida absoluta de los partidos se calcula a partir de la diferencia de votos que obtuvieron entre la elección del 2003 y la del 2009. Dada la alianza entre el PVEM y el PRI en 2003 la ganancia del Verde está calculada con base al 3% de la votación total de ese año y a la diferencia con los resultados en el 2009; este supuesto es razonable pues el Verde en esa ocasión mantuvo el registro local que tiene un umbral del 3%.

Como se puede observar en el cuadro 3, el PRD es el único partido que pierde votos entre 2003 y 2009; parte de su pérdida es recuperada por el Partido del Trabajo y por Convergencia, pero 6,061 votos no se quedan en el bloque de izquierda.

Como también se puede observar en el mismo cuadro, en el caso del distrito I prácticamente todos los votos perdidos por el PRD son recuperados por Convergencia;¹⁸ una situación similar aparece en el distrito III aunque de los poco más de 5,000 votos que pierde el PRD solo se recuperan 4,000 por la suma de los votos ganados por Convergencia y el Partido del Trabajo. Sin embargo, tanto en el distrito II (semidesierto) como en el distrito IV, donde la recuperación por parte del bloque de izquierda es mínima, es posible pensar que estos votos tomaron dos rutas, hacia los votos nulos o hacia el PRI.

La hipótesis de que los votos no recuperados de la izquierda se fueron hacia los votos nulos se nutre de dos hechos fundamentales; el primero, que la campaña a favor del voto nulo fue impulsada, entre otros, por un sector de académicos de izquierda a nivel nacional¹⁹ y, segundo, aunque el porcentaje de votos nulos en Querétaro en el 2009 está por debajo de lo alcanzado a nivel nacional, lo cierto es que su incremento se da fundamentalmente en los distritos que corresponden al municipio de Querétaro (III y IV), esto se puede observar claramente en el cuadro 4. En el distrito III la izquierda pierde 1,000 votos y en el distrito IV pierde 2,000; en ambos distritos, como se puede observar en el cuadro 4, es donde los votos nulos crecen en mayor medida.

18 Para tener total certeza de esta afirmación sería necesario hacer los cálculos con base en los resultados por municipios e incluso por casilla.

19 A nivel local la promoción del voto entre la izquierda académica fue muy débil, pues el PT postuló en el ámbito local a profesores universitarios con larga trayectoria de izquierda. Sin embargo, la campaña se desarrolló fundamentalmente para el caso de las elecciones federales. De hecho existe una diferencia muy significativa entre el porcentaje de votos nulos en la elección federal y en la local a favor de la primera.

Cuadro 4
Votos nulos en Querétaro

	2009		2003	
	Absoluto	Relativo	Absoluto	Relativo
	Nulos		Nulos	
Distrito I	7,600	4.50%	5,982	4.70%
Distrito II	7,835	4.84%	5,376	3.80%
Distrito III	7,170	4.24%	3,457	2.59%
Distrito IV	7,443	4.14%	2,198	1.92%
Total	30,048	4.43%	17,013	3.25%

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de los cómputos distritales del IFE

La hipótesis de que los votos no recuperados por el bloque de izquierda tomaron el rumbo del PRI se nutre de dos datos fundamentales: el primero se refiere a la cercanía ideológica entre el PRI²⁰ y la izquierda; el segundo, del hecho de que el mayor incremento de votos del PRI en el 2009 se da justamente en los distritos de la capital, donde la izquierda no logra recuperar casi nada. Como es obvio, no es posible probar con certeza el comportamiento del elector sin una encuesta; sin embargo, lo más probable es que ambos comportamientos hayan tenido lugar, es decir: una parte de los votantes de izquierda se inclinó hacia el voto nulo y otra hacia el PRI.

Volviendo al cuadro 3, además de la pérdida de fuerza electoral de la izquierda, este cuadro da cuenta de dos hechos fundamentales: 1) un incremen-

²⁰ Un ejemplo de la cercanía ideológica entre el PRI y la izquierda es el hecho de que buena parte del incremento de los votos de izquierda en 2006 se debe fundamentalmente a votos priístas. (Véase Moreno 2006)

to diferenciado de votos entre los cuatro distritos y, 2) una diferente capacidad de atracción de los diferentes partidos, particularmente del PRI y del PAN.

Asumiendo que los distritos tienen casi el mismo número de electores,²¹ el crecimiento diferenciado expresa diferentes motivaciones para acercarse a las urnas. Como se observa en el cuadro 3, el mayor incremento de votos (casi el 40% del total) se presentó en el distrito IV (que corresponde a una parte del municipio de Querétaro y al municipio de El Marques²²). El distrito I obtuvo el segundo lugar en crecimiento; el distrito III el tercer lugar y, el distrito II fue el que registró menor crecimiento. Las razones para este crecimiento diferenciado son muy difíciles de estimar, las elecciones locales concurrentes pueden ser un factor explicativo, pero seguramente no es el único.

En relación con la capacidad de atracción de votos por partidos, el mismo cuadro 3 nos permite observar que de los más de 164,000 nuevos votos registrados entre la elección del 2003 y la del 2009, el PRI logra la mayor capacidad de atracción (48% de ellos); el PAN atrapa a casi el 24% y el Partido Verde al 20.58% de los nuevos votos. El resto de los partidos ganadores obtiene menos que los ganados por los votos nulos.

Analizando los resultados de este cuadro por distritos, nos percatamos de que el distrito II y III representan para Acción Nacional un magro crecimiento; no así el distrito I, donde obtiene el 60 por ciento del total de votos ganados entre 2003 y 2009. Es decir el PAN obtuvo la mayor parte de su ganancia de votos en un distrito de marginación alta. Esto puede tener la siguiente

21 Este supuesto tiene respaldo en la obligación jurídica plasmada en el COFIPE.

22 En ambos municipios la competencia a nivel de elecciones locales fue muy intensa. En el caso de El Marques el PRI obtuvo la victoria en la presidencia municipal, en el caso del Municipio de Querétaro, el PRI no alcanzó la victoria pero incrementó sensiblemente sus votos. Además, en este distrito se concentra más de la mitad del incremento de votos hacia el PRI.

explicación: se presentaron denuncias de que el gobierno del estado estuvo repartiendo material de construcción en el periodo de la campaña, no se generaron sanciones pues, como siempre, las pruebas no fueron contundentes, sin embargo, los resultados electorales parecen corroborar las denuncias.²³

En el distrito II el partido con mayor capacidad para atraer votos fue el PVEM el cual ganó 9,805 votos. Sin embargo, como se observa en el cuadro 5, en este distrito II la participación fue la más baja del estado; además, fue en este distrito donde el PAN obtuvo menos votos nuevos, esto nos permite pensar que los votantes del PAN de esta demarcación se abstuvieron o votaron por el PVEM.²⁴

En los distritos III y IV el PRI fue el partido que más votos ganó; de hecho, en el distrito III, el PRI creció a razón de 5 a 1 sobre el PAN y casi 2 a 1 sobre el Verde. Este gran crecimiento del PRI le significó la victoria en el distrito aunque por un margen muy estrecho; este último quizá tiene un antecedente en la distancia que se presentó entre el PAN y el PRI en la elección del 2003.

Estas reflexiones quizá nos pueden explicar, aunque de manera parcial, porque el PAN a pesar de no haber perdido votos, perdió dos distritos. Nuestra explicación central sería que el PAN tuvo una menor capacidad que la del PRI para atraer a los nuevos votantes. Incluso se podría pensar que los votantes fieles del PAN se mantuvieron y que fueron los nuevos electores (ya sea los jóvenes recién incorporados al padrón o los no tan jóvenes que regresaron a

23 En el caso de las elecciones locales (concurrentes con las federales), donde se elegía además de gobernador, presidentes municipales y diputados locales, Acción Nacional obtuvo el triunfo en seis de los once municipios que comprenden este distrito federal. Adicionalmente el PRI sólo ganó en tres de ellos, de los dos restantes uno fue para Convergencia y el otro para el Partido Verde.

24 En este distrito está incluido el municipio de San Juan del Río, primer municipio donde ganó el PAN en la entidad en 1991 y que se consideraba bastión panista. Sin embargo, en el 2009 se impuso a un candidato, por parte de Acción Nacional, sin mucho liderazgo para la alcaldía y hubo una fuerte reacción de los militantes, los cuales, creemos, no votaron por este partido en ninguno de los procesos electorales.

las urnas) los que provocaron la alternancia.

Otro dato que no deja de sorprendernos a pesar de que ya es una constante histórica, es el nivel de participación electoral de los queretanos. En 2009 Querétaro se coloca muy por encima de la media nacional (44.7%) con una participación del 59% de la población.

Cuadro 5
Participación en las elecciones federales en Querétaro en 2009

	Votos Totales	Lista Nominal	% Participación
Distrito I	168,900	267,887	63.049
Distrito II	161,875	292,127	55.413
Distrito III	169,293	296,801	57.039
Distrito IV	179,844	294,519	61.064
Total	679,912	1,154,593	58.888

Fuente: Instituto Federal Electoral, resultados distritales, 2009.

Lo más interesante es que si comparamos los resultados del cuadro 5 con los del cuadro 3 podremos observar que el lugar donde la participación es menor (es decir en los distritos II y III) coincide con los distritos donde el PAN tiene menor capacidad de atracción de nuevos electores y donde el PAN pierde la elección o gana con un margen muy estrecho.

Este hecho nos permite pensar en dos ideas fuerza: la primera sería que podría existir una relación entre el mal desempeño de la economía y la propensión a abstenerse que tienen los simpatizantes de cada partido. Las investigaciones sobre la abstención en México no son muchas pero arrojan datos

muy interesantes.

Buendía (2000) plantea que los electores que evalúan negativamente la economía nacional prefirieron abstenerse en lugar de votar por la oposición en 1991 y 1997. Sin embargo, en 1994 prefirieron votar por la oposición. Estos cambios de criterios pueden estar asociados al tipo de elección: si es presidencial el elector inconforme prefiere votar, pero si es intermedia prefiere abstenerse. Según este autor, esto podría suponer que los electores consideran que la política económica depende de la presidencia y no de los diputados. Si este comportamiento detectado por Buendía se aplica a las elecciones de 2009, podríamos presumir que la forma de castigar al PAN por sus resultados en el ámbito de la economía se refleja más en la abstención que con el voto por otro partido. A pesar de que en Querétaro los porcentajes de abstención son bajos, comparados con el comportamiento nacional, es notorio que donde son más altos es justamente donde el PAN obtiene peores resultados electorales.

En 2007 se publica una investigación muy completa sobre abstención en las elecciones del 2003 bajo la autoría de Rodrigo Salazar y Benjamín Temkin (Salazar y Temkin: 2007). Las conclusiones son muy relevantes para el caso de Querétaro, porque lo que se afirma es que el descontento con las instituciones políticas, particularmente entre los sectores con mayor escolaridad, se expresa con la abstención.

Adicionalmente a estos resultados de investigación, Luis Alberto Fernández García (2006) mostró en su trabajo que, en el caso específico de San Juan del Río, Querétaro, la derrota de Acción Nacional en las elecciones locales de 2003 se debió fundamentalmente a un importante crecimiento de la abstención que impactó en una baja sustantiva de los votos a favor del PAN.

Es importante aclarar que las campañas federales, por las limitaciones presupuestales y jurídicas, se montaron sobre las campañas de los candidatos a gobernadores. A su vez, estas tuvieron una característica muy peculiar en la entidad: por una parte Acción Nacional, quizá por la certeza del triunfo, centró el eje estratégico de comunicación de su campaña en la idea de que su ventaja electoral era imposible de remontar. Por otra parte, la campaña del PRI, quizá porque no tenía nada que perder y todo por ganar, centró su eje estratégico de comunicación de campaña en movilizar a los votantes para poder ganar. La combinación de ambas ideas fuerza parecen haber propiciado por un lado que los priistas salieran a votar y que, por el otro, los simpatizantes del PAN no lo hicieran.

El impacto de las campañas en los resultados es un tema de extraordinario debate, pero es difícil pensar que las campañas no tengan ningún impacto. Estas estrategias contrastantes, aunadas a la información disponible sobre el

comportamiento del elector en México y en Querétaro, nos permiten adelantar que la abstención entre los panistas es un mecanismo para mostrar su inconformidad, por lo menos en el caso de Querétaro. En el caso específico de las elecciones del 2009, este comportamiento puede ser un elemento adicional para explicar la derrota panista en la entidad.

También con base en los resultados del cuadro 3 podemos dar cuenta de un impresionante crecimiento del PVEM en Querétaro. Hay que resaltar que el porcentaje obtenido en Querétaro fue superior por casi un punto porcentual al que obtuvo este partido a nivel nacional: en el nivel nacional el PVEM obtuvo el 6.5%; en Querétaro, 7.25%.

Un dato adicional al incremento de la votación de este partido es que su presencia en la entidad fue muy homogénea. Esto es interesante si se considera que su presencia previa era escasa y muy localizada, esto era muy claro en lo que corresponde al primer distrito federal.²⁵ Otra sorpresa fue que en el distrito II registró su votación más alta; paradójicamente en esta demarcación casi no había tenido presencia significativa en las elecciones anteriores.²⁶

25 En las elecciones previas del 2006 y del 2003 el PVEM participó en las elecciones federales en coalición con el PRI, también lo hizo en las elecciones locales. Sin embargo, al analizar los convenios de coalición locales, descubrimos dos puntos importantes: donde no se realizó la coalición fue básicamente porque el PVEM lanzó un candidato independiente y, analizando también los puestos obtenidos por este partido, llegamos a la conclusión de que la presencia del PVEM en la entidad era muy poco homogénea. En 2003 el PVEM compitió en alianza con el PRI en todo el estado y en la gubernatura pero en dos municipios no se realizó alianza: en Ezequiel Montes y Jalpan de Serra. En 2006 nuevamente el PVEM participó en alianza con el PRI pero en tres municipios no lo hizo; Ezequiel Montes, Landa de Matamoros y Jalpan de Serra (los tres municipios corresponden al distrito federal I). En 2009 este partido gana la elección de ayuntamiento de Ezequiel Montes.

26 En las elecciones locales del 2000 el PVEM participó de manera independiente y presentó candidatos a Presidentes municipales en 11 de los 18 municipios del estado; sin embargo, el único resultado significativo lo obtuvo en Amealco donde alcanzó el 12% de los votos, porcentaje muy significativo si se piensa que a nivel municipal total este partido obtuvo el 1.87 % de los votos totales de la entidad.

Además de que no tenía presencia en los municipios correspondientes a este distrito federal, resulta extraño que haya obtenido tanto apoyo en un distrito que no es urbano, sino más bien rural. Tanto los candidatos como el discurso del PVEM resultaban, en nuestra opinión, más atractivo para los sectores urbanos. Sin embargo, existe la posibilidad de que el incremento de los votos por este partido haya sido fundamentalmente en el municipio de San Juan del Río, segundo municipio en importancia en la entidad.

Conclusiones

Las elecciones federales del 2009 recompusieron las fuerzas políticas a nivel nacional y en buena medida las llevaron a los niveles del 2003. En Querétaro la recomposición llegó un poco más lejos: el PRI recuperó dos distritos federales cuando en 2003 solo ganó uno, elevó el nivel de la competitividad disminuyendo drásticamente la brecha que lo distanciaba del PAN. La izquierda como bloque perdió buena parte del terreno que había ganado y el PVEM se convirtió en la tercera fuerza electoral de la entidad.

La explicación de estos cambios ha sido el objetivo del presente artículo, podemos sintetizar tres grandes grupos de explicaciones:

- 1.- En 2009 coincidieron las elecciones federales intermedias con las locales más importantes: las elecciones de gobernador, diputados y ayuntamientos. Esto sin duda afectó los resultados de las federales, pues la inconformidad de los actores a nivel local lastró a las elecciones federales. La participación en Querétaro estuvo más de 14% arriba de la media nacional y

los votos a favor de Acción Nacional en la entidad son 10% arriba de la media nacional, ambos datos deben ser suficientes para entender que las dos elecciones se entrelazan y explican los resultados.

Con estos datos resulta sorprendente que el PAN no haya logrado mantener los cuatro distritos federales como si lo logró en 2006. La primera explicación es que las elecciones concurrentes y, particularmente, la elección de gobernador arrastró, parcialmente pero de manera suficiente, la votación hacia el PRI en las elecciones federales. Un dato revelador es que mientras que en la elección federal el margen de victoria es de menos de 1%, en la elección de gobernador el margen de victoria es de 6%.

Un elemento que propició que las elecciones de gobernadores comandaran los procesos electorales en las entidades fue el cambio en el marco jurídico electoral, pues como la publicidad en televisión y radio fue centralizada por el IFE, los partidos tuvieron que generar una estrategia centralizadora para el diseño de los mensajes. Por este motivo los candidatos en las entidades ni tenían presupuesto suficiente ni contaban con publicidad en los medios electrónicos (radio y TV) que hiciera hincapié en las particularidades locales; por lo tanto la única opción que tuvieron fue dejarse arrastrar por las campañas locales.

2.- A partir de los datos anteriores y considerando también que el PAN incrementó sus votos entre 2003 y 2009, la explicación del triunfo del PRI en dos de los cuatro distritos federales se explica básicamente por su mayor capacidad de atracción de votos de “nuevos electores”. Este partido atrapó en sus siglas al 60% del incremento de votos entre 2003 y 2009. Las razones de esta mayor capacidad de atracción pueden ser agrupadas en tres:

- En primer lugar, el deterioro de la fuerza de la izquierda a nivel nacional y, particularmente, en la entidad; esto se originó en las pugnas internas y externas del PRD y el resto de los partidos que podríamos considerar de izquierda (PT, Convergencia y Socialdemócrata). En ausencia de una izquierda unida y capaz de articular las demandas de la población, los electores que no mantuvieron su votación a favor de la izquierda tomaron dos rutas: anular sus votos o inclinarse a favor del PRI. Ambas hipótesis fueron analizadas en el artículo y, lo más probable, es que ambas hipótesis sean ciertas.
- Los conflictos al interior de Acción Nacional por las candidaturas locales afectó el proceso de elección de las candidaturas federales, pues de alguna manera se pensó en estas últimas como un espacio de resolución de los conflictos locales, particularmente de los que se suscitaron en la elección de candidatos para la gubernatura y la presidencia municipal de Querétaro. La designación de los candidatos a diputados federales por parte del Consejo Nacional propició entre los militantes un buen número de inconformidades, las cuales se hicieron públicas y generaron un espacio de campañas negativas entre panistas. Algunos analistas de campañas electorales piensan que los efectos negativos de este tipo de campañas puede llegar a ser significativo entre los electores elevando el porcentaje de abstención o cambiando la orientación del voto.²⁷
- A diferencia del proceso de selección del PAN, el proceso interno del PRI fue muy terso, por lo menos los conflictos no trascendieron al ámbito público y prácticamente no hubo conflictos ni en la elección de los candidatos a puestos federales ni en las de candidatos locales.

27 Hector Irra Mendiola (2000) en Cesta Zamudio Hayde (2004)

Todo lo anterior permitió que un pequeño número de electores básicamente urbanos (de los distritos III y IV) cambiaran su orientación de voto y le dieran el triunfo al PRI en estos dos distritos federales.

Las elecciones del 2009 en Querétaro nos dejan varias enseñanzas. Primera, no hay partido invencible. Segunda, los electores, por lo menos una parte de ellos, sí usa su voto de manera estratégica y castigan a los partidos; esto es importante cuando el margen de victoria es muy escaso, como sucedió en Querétaro, esta pequeña parte del electorado es capaz de cambiar los resultados de una elección. Tercera, no hay nada escrito para nadie, los resultados de las próximas elecciones en Querétaro son totalmente inciertos, como debe ser en una democracia electoral.

Referencias

- Buendía Laredo, Jorge, (2000), "El elector mexicano en los noventa: ¿un nuevo tipo de votante?, en *Política y Gobierno*, Vol. VII, No. 2, segundo semestre del 2000, CIDE, México.
- Cheibub, José Antonio y Adam Przeworski (1999), "Democracy, Elections, and Accountability for Economic Outcomes" en Adam Przeworski, Susan Stokes y Bernard Manin (eds), *Democracy, Accountability, and Representation*, New York; Cambridge University Press.
- Cesta Zamudio, Hayde (2004), "Campañas Políticas de los candidatos a gobernador del PRI y del PAN en medios impresos; Querétaro 2003", trabajo para obtener el Diploma de Especialidad en Partidos Políticos y procesos Electorales, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.
- Fiorina, Morris (1981), *Retrospective Voting in American National Elections*, New Haven; Yale University Press.
- Fernández García, Luis Alberto (2006), "Cambio en el comportamiento electoral: el caso de San Juan del Río, *Revista Espiral* Vol XII, No. 36, mayo agosto de 2006, Universidad de Guadalajara, México.
- Hector Irra Mendiola (2000), www.teegro.gob.mx7Revista Electoral 2000, México
- Langston, Joy, (2009) "Las reformas del COFIPE, 2007", en *Política y Gobierno*, Volumen Temático Elecciones en México, CIDE.

- Manin, Bernard (1998), *Los principios del gobierno representativo*, Alianza Editorial, Ciencias Sociales, Madrid.
- Moreno, Alejandro (2006), “Estilos de Vida y voto en México”, en *Foreign Affairs* en español, Vol. 6 No. 2, ITAM, México.
- Salazar Elena, Rodrigo, Benjamin Temkin Yedwab (2007), “Abstencionismo, escolaridad y confianza en las instituciones. Las elecciones federales de 2003 en México”, en *Política y Gobierno* Vol. XIV No. 11 semestre de 2007, CIDE, México.
- Morales Garza, Martagloria (2009) “La Lucha por la gubernatura; Querétaro 2009”, ponencia presentada en el Simposio *Los Estados en el 2009: lucha política y competencia electoral* realizado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM del martes 21 de julio al martes 25 de agosto de 2009. Organizado por la Asociación Mexicana de Consejeras y Ex Consejeras Electorales (AMCEE), Instituto Electoral del Estado de México, (IEEM), Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF), Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa y El Centro de Estudios Políticos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.
- Salazar Elena, Rodrigo y Benjamín Temkin Yedwab, (2007), “Abstencionismo, escolaridad y confianza en las instituciones. Las elecciones federales de 2003 en México”, en *Política y Gobierno* Vol. XIV No. 11 semestre de 2007, CIDE, México.
- Ortiz, Verónica (2009) “Los dueños de la Cámara”, en *Nexos* 381, septiembre, México.

Anexo No 1

Lista de candidatos a diputados federales por Querétaro en 2009

Distrito	Partido o Coalición	Candidato	Candidato Suplente
1	PAN	Miguel Martinez Peñaloza	Soledad Morado Garcia
1	PRI	Magdaleno Muñoz Gonzalez	Maria Gabriela Uribe Ramirez
1	PRD	Andres Martinez De La Rosa	Refugio Martinez Flores
1	SALVEMOS A MEXICO	Alberto Vargas Mendoza	Bernarda Vazquez Terrazas
1	PVEM	Ana Cecilia Alarcon Suero	Hector Daniel Torres Hernandez
1	NUEVA ALIANZA	Juana Garcia Guerrero	Alfredo Rincon Hurtado
1	PARTIDO SOCIALDEMOCRATA	Felix Farfan Muñoz	Vicente Cuellar Lara
2	PAN	Adriana Fuentes Cortes	Mario Ochoa Parra
2	PRI	J. Jesus Angeles Najera	Ana Zimri Resendiz Pulido
2	PRD	Eligio Arnulfo Moya Vargas	Oscar Mateos Santillan
2	SALVEMOS A MEXICO	Ma. Del Rosario Obregon Rivera	Suplente German Mendez Barba
2	PVEM	Yolanda Josefina Rodriguez Otero	Jessica Yolanda Gomez Rodriguez
2	NUEVA ALIANZA	Leobardo Gallegos Martinez	Roberto Ibarra Angeles
2	PARTIDO SOCIALDEMOCRATA	Jose De Jesus Garcia Perez	Aldo De Jesus Vasquez Chavez
3	PAN	Arturo Maximiliano Garcia Perez	Estrella Rojas Loreto
3	PRI	Alfredo Francisco Lugo Oñate	Maria Genoveva Anavel Gonzalez Alvarado

3	PRD	Maria Soledad Lomeli Barragan	Maria Bellanira Santos Castillo
3	SALVEMOS A MEXICO	Rosa Martha Cruz Moreno	Perla Carolina Camargo Perez
3	PVEM	Jaime Garrido Gutierrez	Edgar Nieva Velazquez
3	NUEVA ALIANZA	Oscar Arturo Rodriguez Cervantes	Adriana Murillo Soto
3	PARTIDO SOCIALDEMOCRATA	Ana Isabel Bazan Carrillo	Dulce Adriana Escobedo Cisneros
4	PAN	Maria Del Carmen Ortuño Gurza	Joaquin Gerardo Gonzalez De Leon
4	PRI	Reginaldo Rivera De La Torre	Dulce Patricia Roque Almazo
4	PRD	Juan Jose Flores Solorzano	Roberto Meneses Gomez
4	SALVEMOS A MEXICO	Marcela Edith Requena Reyna	Raul Garcia Y Hernandez
4	PVEM	Diana Marcela Ledesma Robles	Marisa Baylon Nieves
4	NUEVA ALIANZA	Enrique Hidalgo Islas	Jose Ismael Olvera Medina
4	PARTIDO SOCIALDEMOCRATA	Jair Abdul Mendez Castillo	Silvia Martinez Galindo

Fuente: Elaboración propia con base en la información proporcionada por la página web del IFE.

El voto independiente domina el escenario electoral de Querétaro

Germán Espino Sánchez

Introducción

¿Cómo explicar que el electorado queretano haya promovido un vuelco electoral a favor del PAN en 1997 y que 12 años después este mismo electorado queretano haya promovido un vuelco electoral a favor del PRI en 2009?. Estos vuelcos electorales resultan difíciles de explicar, pero además, hay que agregar que los investigadores locales no realizamos suficiente investigación empírica en el momento en que se verificaron estos procesos electorales. Durante las campañas de 1997 y de 2009 prácticamente no se realizaron estudios empíricos como encuestas o grupos focales que tuvieran credibilidad; ni investigadores o casas encuestadoras acreditadas realizaron estudios de este tipo, quizá la única excepción que valdría la pena mencionar es la encuesta de Reforma en 1997.

Algunas publicaciones proponen hipótesis y analizan algunos elementos de estos dos casos; por ejemplo, sobre el caso de 1997, se puede citar a Morales (1998), Espino (2003), así como a Díaz (2004). Sin embargo, creo que hasta ahora los investigadores no hemos logrado una explicación completa de estos complejos procesos electorales.

Ni siquiera la campaña del PRI que ganó la elección de gobernador en 2009 realizó de manera profesional encuestas o grupos focales (Ibinarriaga 2010). Durante el periodo de la campaña tampoco se publicó una sola encuesta preelectoral confiable que nos ayude a explicar las tendencias de la opinión pública, mucho menos un barómetro que nos ayude a interpretar como evolucionó el clima de opinión pública a medida que transcurrían las campañas. A falta de encuestas profesionales en 2009, analizaremos el *tracking poll* que realizaron los consultores de la campaña de José Calzada (estudio que parece ser el más veraz). Estos consultores advierten que fue un ejercicio que no cumplía los estándares profesionales, pero que les sirvió para calibrar la estrategia de la campaña. (Ibinarriaga 2010)

De facto, al parecer, ni siquiera los priistas saben por qué ganaron, mucho menos los panistas por qué perdieron. En su momento refutaremos las hipótesis que han propuesto públicamente algunos de estos actores para demostrar que tampoco han logrado resolver nuestra pregunta de investigación.

Aunque sabemos que no podremos resolver por completo esta cuestión, en este artículo pretendemos realizar un análisis de campaña a partir de las fuentes de información y datos confiables que hemos recabado sobre la elección del gobernador de Querétaro en 2009.

Cualquiera esperaría que una investigación sobre las campañas explique cuáles fueron las causas que motivaron a la población a votar por un candidato o partido y no por los contrarios. En este artículo tenemos un propósito más modesto: con base en los pocos datos y pocas explicaciones confiables, intentaremos explicar algunas partes importantes de las campañas, prioritariamente el comportamiento de los medios. Entre los estudios relevantes

citamos una tesis que se realizó bajo mi dirección (Rodríguez et al 2010); no obstante, hay que resaltar que esta tesis se enfocó a analizar el comportamiento de los medios en la campaña 2009 no a explicar las tendencias del electorado.

Por tanto, realizaremos un análisis de campaña con base en datos duros sobre la circunstancia que vivía Querétaro en el momento de las campañas. Seguiremos el esquema tradicional de los análisis de campaña siguiendo una metodología de estudio de caso. Para ello hemos analizado la información periodística que se publicó sobre las campañas de 2009, hemos recopilado los pocos estudios de encuestas que se realizaron y con un grupo de estudiantes realizamos un análisis de contenido de las coberturas que brindaron los dos periódicos más importantes y dos de las estaciones de radio más influyentes. (Rodríguez et al 2010) También hemos recopilado datos para evaluar la administración del gobernador Francisco Garrido.

Bonanza del estado de Querétaro en las últimas décadas

En la últimas dos décadas la ciudad de Querétaro se ha transformado significativamente por el arribo de una gran cantidad de migrantes y por la expansión de la economía local. Como un claro ejemplo de esta expansión se puede mencionar al municipio conurbado de Corregidora, el cual se ha convertido en una ciudad alterna a Querétaro y se encuentra entre las ciudades con tasas más altas de crecimiento urbano de todo el país. El otro caso emblemático es el municipio del Marqués, otro suburbio al oriente de la ciudad, también

ha comenzado un crecimiento muy acelerado. Entre los tres municipios comienza a configurarse una extensa mancha urbana, asociada por numerosos parques industriales y *clusters*.

En las últimas décadas Querétaro se ha convertido en un foco de atracción para la población del país y para las numerosas empresas debido al alto nivel de vida que el estado ofrece. Enumeraremos las ventajas que lo han llevado a este nivel de desarrollo a partir de una presentación de power point que elaboró la Sedesu (2008).

Por una parte el estado de Querétaro siempre ha tenido algunas ventajas competitivas como región, entre ellas destacan su ubicación privilegiada por encontrarse en el centro del país, lo que le permite tener un amplio territorio de influencia para sus relaciones económicas y sociales. Al ubicarse entre la ciudad de México y El Bajío, puede relacionarse económicamente con una población de más de 45 millones de personas en un radio de 350 kilómetros.

Cuadro 1
Infraestructura de transporte

Aeropuerto Internacional	Terminal de Carga y Pasajeros Vuelos Nacionales e Internacionales
Aduana Interior	Terminal Multimodal Recintos Fiscales y Fiscalizados
Transporte Carretero	3,246 kms de Red Carretera La Autopista 57 (TLC) cruza el Estado Disponibilidad de Empresas Transportistas
Transporte Ferroviario	512.2 kms de Red Ferroviaria Disponibilidad de las Principales Líneas Férreas (Kansas City Southern México, Ferromex)
Parques Industriales	18 Parques Industriales y 1 Parque Aeroespacial

Fuente: SEDESU 2008

Incluso podemos afirmar que la ciudad de Querétaro y el valle central del estado tienen un clima idóneo para el desarrollo humano y económico, pues la temperatura en el transcurso de todo el año oscila entre los 10 y 27 grados centígrados, en promedio. De esta manera, usualmente ni las casas ni las instalaciones industriales requieren sistemas artificiales de enfriamiento o de calentamiento.

A estas características “naturales” que posee la región de Querétaro, se le pueden agregar muchas otras características de su desarrollo cultural, económico y social. Por ejemplo, a la capital se le considera una ciudad privilegiada porque combina una gran cantidad de recursos culturales con un alto desarrollo industrial; por ejemplo, el centro de la ciudad es considerado *Patrimonio de la humanidad* por la UNESCO.

Cuadro 2
Perfil demográfico al 2008

Población Estado	1,690,042 hab.
Población Económicamente Activa	682,031 (40.35%)
Crecimiento Poblacional Estatal	1.8%
Crecimiento Poblacional Zona Metropolitana	2.3%
Edad Promedio Estatal	26.5 años
* Tasa de Desempleo Nacional	3.9%
* Tasa de Desempleo Estatal	4.1%

Fuente: Sedesu 2008

En materia de seguridad Querétaro es considerado como el tercer estado más seguro del país (Parametría 2009). Además a Querétaro se le ha ubicado como una de las ciudades con mejores niveles de calidad de vida del país.

En el último reporte de un estudio del Instituto Tecnológico de Monterrey (publicado en 2010 pero elaborado con base en datos del 2009) a Querétaro se le ubicó como el tercer estado más competitivo en materia económica. (ITESM 2010)

Esta competitividad económica del estado ha sido reconocida por estudios nacionales, así como por calificadoras internacionales, como se puede ver en los cuadros 3 y 4.

Cuadro 3
Querétaro en los estudios de competitividad a nivel nacional

Lugar	Fuente	Concepto
1er lugar	Inversionista	Mejor Ciudad para Vivir: Zona Metropolitana de Querétaro, 2007
2º lugar	KPMG y AMECE	Expectativas de Crecimiento Económico en los próximos 3 años, 2007
2º lugar	Aregional	Crecimiento del PIB Estatal: 5.7%, 2007
3er lugar	Periódico <i>Reforma</i>	Encuesta sobre Calidad de Vida 2007: Zona Metropolitana de Querétaro
3er lugar	Banco Mundial	<i>Doing Business in Mexico 2007</i> : ¿Dónde es más fácil abrir una empresa?

Fuente: Sedesu 2008

Cuadro 4
Ubicación de Querétaro según las calificadoras internacionales

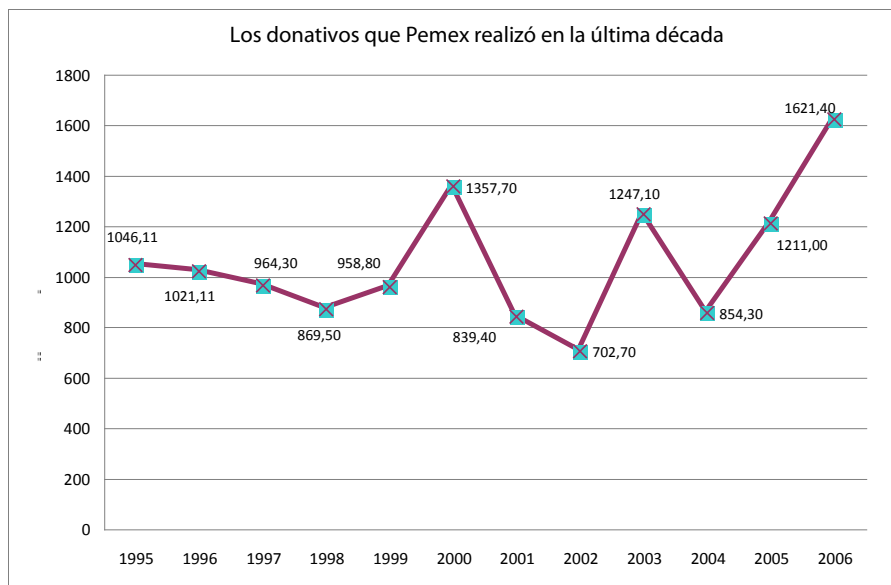
Calificaciones	Fuente	Concepto
mxAA	Standard & Poors	Sólida base económica que continua atrayendo Inversión Extranjera Directa PIB per Cápita superior al promedio nacional Sólido desempeño financiero Tendencia alcista en el monto de inversión
AA	Fitch Ratings	Sólida calidad crediticia respecto a otras entidades, emisores o emisiones del país Perspectiva Crediticia Positiva indica que la calificación podría modificarse a la alza en un periodo de dos a tres años
Aa1.mx	Moody's Investors Service	Desempeño fiscal satisfactorio Disminución de la deuda actual estatal Fuerza económica creciente como centro productivo, comercial y de servicios

Fuente: Sedesu 2008

A Francisco Garrido le tocó una época de bonanza en la que el petróleo logró los precios más altos de la historia, en este contexto el gobierno federal desplazó una gran cantidad de recursos excedentes a los estados. (Gráfica I)

Gráfica I

Los donativos que Pemex realizó en la última década



Fuente: Pemex “Informe de rendición de cuentas” en: Moreno 2007.

Con este financiamiento, Garrido tuvo la oportunidad de realizar grandes inversiones, entre ellas las más exitosas serían el Acueducto II, el Libramiento Sur Poniente, la carretera de cuatro carriles de San Juan del Río a Tequisquiapan; además de haber dado apoyo a instituciones educativas como la Universidad Politécnica y la Universidad Aeronáutica. Sin embargo, también emprendió proyectos que no tenían sentido social, entre estos destaca la Ciudad de las Artes y el anillo vial Fray Junípero.

Como prueba de estos desatinos se puede citar que ni siquiera la comunidad de artistas del estado ni el mismo Instituto para la Cultura y las Artes

fueron consultados para la planeación y ejecución de la Ciudad de las Artes. Con respecto al anillo vial Fray Junípero se puede mencionar que permitió la urbanización del desarrollo inmobiliario más importante de las últimas décadas, el fraccionamiento Zibatá. Con ello Garrido benefició a un grupo de empresarios inmobiliarios que ya habían recibido muchos privilegios durante el sexenio.

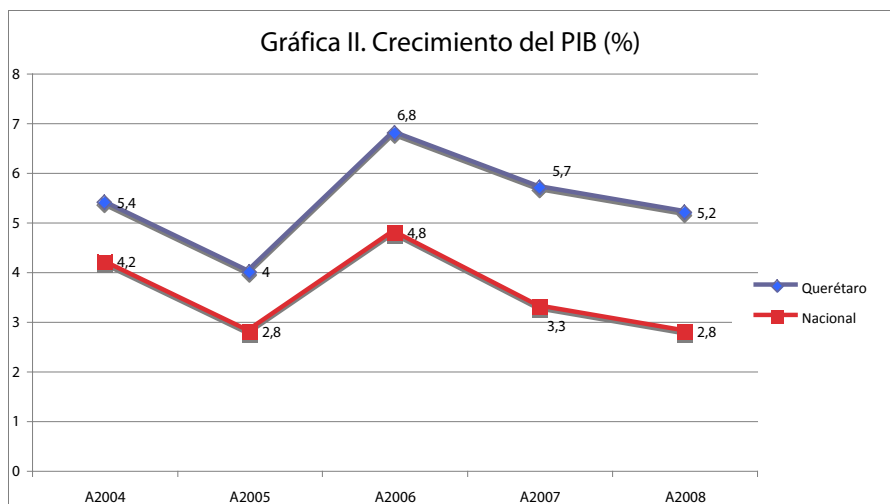
Sin embargo, a fin de cuentas, el gobernador Francisco Garrido tuvo muchos recursos para promover el desarrollo económico y gracias a ello, la entidad se vio beneficiada con la instalación de nuevas empresas y sectores económicos de un gran nivel de desarrollo tecnológico, entre los cuales destaca el *cluster aeroespacial*.

Cuadro 5
Principales ramos de las empresas instaladas en Querétaro

Giros	Empresas
Alimentos y Bebidas	Gerber, Nestle, Pilgrims Pride, Coca Cola, Pascual Boing, Kellogs, Lyncott...
Automotriz	Michelin, TRW, Kostal, Brose, Woco, Eaton, ArvinMeritor, Valeo, Delphi, Flex N Gate, Autoliv, Mann + Hummel, Ronal, Clarion, Bosal...
Electrodomésticos	General Electric, Mabe, Samsung, Daewo, Elica Hi life, Moulimex, Whirlpool, BTicino, Siemens...
Aeroespacial	10 empresas manufactureras, 3 compañías de MRO, 2 Centros de investigación y Desarrollo (R&D), 1 centro de diseño e ingeniería, más de 3, 600 empleos.

Fuente: Sedesu 2008

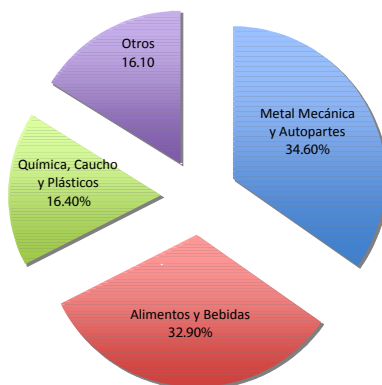
A final de cuentas, esta bonanza se tradujo en tasas de desarrollo económico muy superiores a las del país; como se puede apreciar, en la Gráfica II, en el sexenio de Garrido el PIB estatal representaba casi el doble del PIB nacional.



Fuente: Sedesu 2008

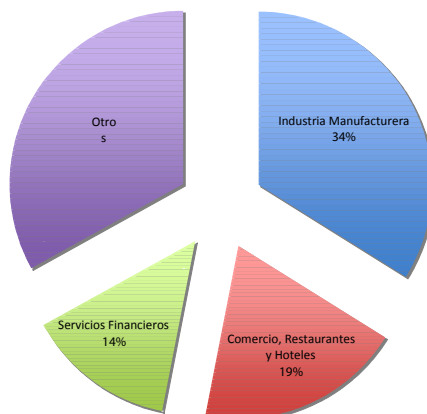
A pesar de este exitoso crecimiento, la crisis económica de 2008 impactó de lleno al estado por que algunos de los ramos industriales que más resultaron afectados por la crisis internacional eran justo los que había desarrollado la entidad (autopartes, electrodomésticos... ver Gráficas III y IV). Sin embargo, para contener la caída, por primera vez en la historia se implementó un “seguro de desempleo” en el estado y en el país, con este se otorgó aproximadamente \$2,000.00 pesos mensuales a cada desempleado (que hubiera perdido un empleo formal a causa de la crisis) desde febrero a junio de 2009; como se puede ver este seguro casi cubrió el periodo de precampaña y campaña.

Gráfica III. Participación de las diferentes ramas económicas en el PIB



Fuente: Sedesu 2008

Gráfica IV. Principales ramos de la industria manufacturera



Fuente: Sedesu 2008

En el primer semestre de 2009 tan sólo en la ciudad de Querétaro había doce empresas en paro técnico, lo cual afectó a unos 6 mil empleados. De hecho, Querétaro fue de los estados con peores reportes de desempleo a causa de la crisis. El mismo director del Servicio Nacional de Empleo, Alejandro Sánchez Salinas señaló que “el estado de Querétaro vive el más severo desempleo en toda la historia, al alcanzar 8.1 por ciento de la Población Económicamente Activa (PEA) Este indicador significa unas 55 mil personas sin trabajo fijo” este índice era superior a la media nacional la cual ascendía al 7.2 por ciento (Arreola 2009). La crisis de la influenza también impactó de lleno a la ciudad de Querétaro porque la capital tiene un alto perfil turístico y de negocios de entretenimiento.

Fuerte control de las disidencias durante el sexenio de Francisco Garrido

La legitimidad que brindaba el exitoso desarrollo económico y social de la entidad permitió al gobernador Garrido ejercer un fuerte control de todos los sectores sociales. Para este artículo debemos destacar la cooptación de los grupos políticos disidentes y de los medios de comunicación.

En Querétaro el gobernador siempre ha sido el centro de poder que domina al resto de poderes locales: legislatura, poder judicial, medios... fatalmente en cada sexenio se repite este fenómeno de concentración de poder no importa que la alternancia favorezca al PAN o al PRI. Quizá la única excepción a esta regla fue el sexenio de Ignacio Loyola; pues en esta época el gobernador no logró una mayoría de su partido en la legislatura, además el gobernador tenía una personalidad indolente que le llevó a numerosos conflictos, por esta

circunstancia el ejecutivo no logró un control absoluto del resto de poderes locales, como sí habían hecho los gobernadores anteriores. En este sentido podríamos asegurar, incluso, que nuestro estado siempre se ha ubicado a la retaguardia de los procesos democratizadores; algunos estudios han exhibido este retraso con mucho fundamento. (Contreras 1996)

Otro factor que brindaba una gran legitimidad a la clase política panista, era que desde 1997 el PAN había venido creciendo sostenidamente en cada elección. Incluso, hay que resaltar que en 2006 logró los mejores resultados que le permitieron gobernar 10 alcaldías; entre ellas las ciudades del Área Metropolitana de la Ciudad de Querétaro junto con la de San Juan del Río; estas ciudades concentran el 85% de la población del estado (INEGI 2010), así como la mayor parte de los parques industriales... en pocas palabras, representan la mayoría de los votos y la mayor parte de los recursos que se generan en el estado. En 2006, el PAN también logra una mayoría absoluta en el legislativo con 16 diputados, mientras que el PRI sólo alcanza cuatro asientos.

Cuadro 6.
Relación de triunfos del PRI y PAN en las elecciones por la gubernatura y por las alcaldías (1997-2006)

Elecciones	Triunfos en la gubernatura		Número de alcaldías conquistadas por cada partido			
	1997	2003	1997	2000	2003	2006
PAN	45.06%	45.70%	4	5	5	10
PRI	39.88%	41.98%	13	13	12	5

Fuente IEQ 1997, 2000, 2003 y 2006.

Además de los triunfos logrados en las urnas, el gobernador Garrido también tenía el control del Poder Judicial; pues como el gobernador tenía una mayoría de diputados de su partido en el congreso también podía intervenir en la designación de los magistrados. Además, como veremos más adelante, Garrido también ejercía un control férreo sobre los principales medios de comunicación de la entidad.

Por si esto fuera poco, la administración del gobernador Garrido realizó un gran trabajo de cooptación política similar a la que se estilaba en el régimen autoritario. A muchos sectores que durante el sexenio de Ignacio Loyola habían sido críticos los cooptó con prebendas y a otros los presionó para que se sometieran. En este proceso de cooptación destaca el establecimiento de relaciones cordiales con la Universidad Autónoma de Querétaro, una institución especialmente crítica con el gobierno pues en ella abundan los intelectuales de izquierda. Además, entre otros ejemplos de cooptación se puede mencionar que a María del Carmen Siurob, coordinadora de la Organización de Ambientalistas de Querétaro Garrido la contrató como coordinadora del Parque Cimatario; al exdiputado Marco Antonio León Hernández lo contrató como asesor en la Secretaría de Gobierno; al diputado perredista Martín Mendoza lo integró a la estrategia legislativa del PAN...

En cambio, a los disidentes que no aceptaron este proceso de cooptación, el Gobierno del Estado los persiguió políticamente. Destaca el encarcelamiento de la lideresa del grupo priista Antorcha Campesina. Entre los perseguidos también se puede citar el golpe de estado que se propinó al comité directivo del Sindicato de Trabajadores al Servicio de los Poderes del Estado, encabezado por Luis Guerrero Ávila y Carmen Gómez. Esta última fue desti-

tuida de la Secretaría General del sindicato aparentemente de manera ilegal; en su lugar se designó a un líder sindical afín al Gobierno del Estado.

Concentrando tanto poder, obviamente, el gobernador también tenía el control de su propio partido. No obstante lo cual, existían algunos grupos panistas disidentes pero estos no lograban poner en riesgo el control que ejercía el gobernador. Entre estos grupos disidentes minoritarios al interior del PAN, destacaba el grupo de Armando Rivera y los seguidores locales del presidente de la República.

Como conclusión podemos apuntar que en Querétaro el gobernador Garrido se convirtió en uno de los gobernadores más dominantes de las últimas décadas.

Predominio del PAN después de 2006

A pesar de que el gobernador Francisco Garrido tenía un control casi absoluto de toda la esfera pública, hay que señalar que en cada elección juegan las circunstancias estructurales y circunstanciales, nacionales y locales... De manera que no siempre el control absoluto de la esfera pública se traducirá en una victoria segura en las elecciones.

En primer lugar la gente vota de acuerdo al tipo de elección, vota diferente en las elecciones presidenciales, en las legislativas, en las de ayuntamientos y en las de gobernador. En las de gobernador podemos descubrir un patrón: una alta polarización entre el PAN y el PRI en las últimas tres elecciones (1997, 2003 y 2009); la diferencia entre el PRI y el PAN suele rondar los 5 puntos porcentuales. Podríamos asegurar que en la elección de gobernador la

población emite un voto polarizado para que gane una de estas dos opciones, aunque ello implique disminuir sensiblemente a las otras fuerzas políticas.

Cuadro 7
Resultados de elecciones de gobernador en 1997, 2003 y 2009

	1997	2003	2009
PAN	45.06%	45.70%	42.20%
PRI	39.88%	41.98%	47.44%

Fuente: IEQ 1997, 2003 y 2009.

Por otra parte, cabe citar que en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 Querétaro se integró al corredor azul del Bajío y del Centro Occidente; en este corredor el PAN tenía su reserva nacional de votos. El antecedente inmediato a la elección de 2009 es la de 2006; de manera que con la alta votación panista de 2006, el PAN local se perfilaba como un partido predominante en Querétaro, sin otra fuerza política que le hiciera sombra.

Por otra parte, aparentemente los triunfos en las elecciones de los municipios dependen más de los liderazgos regionales. Estas tendencias cruzadas nos inducen a pensar que el electorado queretano es altamente volátil, con una gran presencia de voto independiente (sin identidad partidista). En 2009, Adolfo Ibinarriaga, consultor de la campaña de Pepe Calzada, confirmó que durante la contienda el *tracking poll* que realizaron les arrojó que el sector de indecisos y/o independientes representaba casi la tercera parte del electorado.

Lo que es realmente interesante de este tracking es que ellos arrancan el tracking con 42% contra nosotros 18%; con un “no sabe o no contestó” de 26%. A lo largo de toda la contienda ellos van perdiendo votos, pero lo que va creciendo es el “no sabe o no contestó”. Y en el último disparo del tracking, el 2 de julio, tenemos 45% “no sabe o no contestó”; 28% de intención de voto a favor de Calzada y 25 a favor de Manuel González. O sea, 45% del electorado no nos quería decir por quién iba a votar, pero al mismo tiempo sabíamos que gran parte de ese electorado se había salido de la intención de voto por el candidato del PAN. (Ibinarriaga 2009b)

Esta conclusión de que los independientes constituyen el sector dominante en el electorado queretano también puede apuntalarse con base en una encuesta que ubica a los queretanos como los votantes más independientes del país; no obstante, hay que aclarar que esta encuesta se realiza un año después de la elección. En la encuesta de *El Universal 2010*, el porcentaje de electores independientes en Querétaro asciende al 84% mientras que a nivel nacional el promedio de independientes asciende al 60 por ciento. (*El Universal 2010*)

Cuadro 8
Simpatía partidista del electorado queretano (porcentaje)

Identidad partidista	%
Independientes	84
Priista	14
Panista	10
Perredista	1

Fuente: *El Universal 2010*

La relación de los medios y la administración de Francisco Garrido (2003-2009)

Durante el sexenio de Francisco Garrido se registra una alta rotación de directores de noticiarios y periódicos, lo cual resulta insólito si tomamos en cuenta que los directores de noticias se habían mantenido durante las últimas administraciones priistas e incluso habían sobrevivido a la alternancia. En términos generales podemos concluir que esta alta rotación no sólo fue cuestión de intervención del Gobierno del Estado en los medios, sino también del reacomodo de los intereses comerciales y de las malas condiciones en que se ha ejercido y se ejerce el periodismo en Querétaro.

Sobre este tema, retomaré un reportaje inédito (Silva 2008) en el cual la autora entrevista a varios de los periodistas que se quejaban de represión o a quienes públicamente se les llegó a mencionar como piezas caídas por las presiones del Gobierno del estado. Para comprender esta problemática también revisé los textos publicados (relativos a este tema) en algunos medios alternativos, e incluso las versiones que algunos periodistas difundieron por Internet. En estas entrevistas la mayoría de periodistas desmintieron haber sido despedidos por una intervención directa de Gobierno del estado; pero a la vez confirmaron con el resto de periodistas, la tendencia intervencionista del equipo del gobernador en los medios.

Algunos directivos de medios se quejaron públicamente de que habían sido removidos por presiones del Gobierno del estado, entre ellos destaca el caso de Luis Roberto Amieva, el director del *Diario de Querétaro*, quien había sostenido una pugna visceral en contra de Francisco Garrido cuando

éste fue alcalde (1997-2000) y cuando, posteriormente, Garrido fue candidato en la campaña de 2003. Pronto le siguió Mónica Ramírez, conductora del noticiario de Televisa Querétaro. También se puede mencionar a Luís Gabriel Osejo quien se desempeñó como Jefe de información del *Diario de Querétaro*, conductor de noticias en Canal 8 de Corregidora y después en Noticentro; el periodista fue despedido de todos estos espacios. De igual manera se puede citar a Rafael Pinzón quien era director del periódico *El Corregidor*. Además, muchos reporteros también denunciaron públicamente que habían sido despedidos por presiones del gobierno del estado, entre otros, Alejandro González, Estrella Álvarez...

En las entrevistas realizadas por Andrea Silva (2008), los periodistas denunciaron que la administración de Garrido usaba los contratos de publicidad para influir en la línea editorial de los medios y para remover a los periodistas que criticaban su administración. Concluyeron que en muchas ocasiones son los mismos dueños de los medios los que se autocensuraban y preferían remover a los periodistas críticos antes de que el gobierno los presionara. Además, claro está, señalan otras motivaciones para la alta rotación de directivos y de reporteros, entre ellas destacan las malas condiciones laborales en las que los periodistas ejercen el oficio, como los bajos salarios, el exceso de trabajo, etc.

En este reportaje también se concluye que la administración de Garrido negociaba directamente con los propietarios de los medios y marginaba a los reporteros, incluso, a menudo, marginaba a los directores de los noticiarios (Silva 2008). La administración de Garrido mantuvo mucha distancia con los reporteros; por ejemplo, cuando estos pedían una entrevista con un fun-

cionario, la coordinación de comunicación del Gobierno del estado gestionaba la entrevista y la acotaba a un formato preestablecido.

El punto más importante que debemos mencionar es que la administración del gobernador Garrido realizó una gran inversión en los medios de comunicación durante los años previos a la contienda por la gubernatura. Un amplio reportaje del periódico *Tribuna de Querétaro* da cuenta del excesivo gasto del gobernador en materia de publicidad. Esta información oficial la obtuvieron los periodistas por la vía de una solicitud de acceso a la información (Palacios y Pernaletе 2009). Entre el año 2004 y el 2008, el Gobierno de Querétaro de Francisco Garrido Patrón gastó más de 555 millones de pesos en publicidad. A medida que se acercaba el periodo de relevo del gobernador la administración aumentó considerablemente su gasto; por ejemplo, entre el año 2007 y el año 2008 el gasto por el concepto de promocionales en televisión, radio, prensa y espectaculares superó los 300 millones de pesos.

Resumiremos en cuadros los datos que aporta el reportaje con respecto a los gastos en publicidad de la administración de Francisco Garrido. Entre los recursos pagados a medios destacan los presupuestos asignados a Televisa (81 millones) y a TV Azteca (155 millones).

Cuadro 9
Gasto en promocionales de televisión del Gobierno de Querétaro
(2004-2008)

Medio	Inversión
Televisa	\$81 000 000.00
TV Azteca	\$155 000 000.00
Canal XXI	\$10 350 000.00
Canal 4 TV	\$9 000 000.00
Telecable de San Juan del Río	\$8 300 000.00
Telemedia	\$8 000 000.00
Equipos profesionales de televisión S.A. de C.V.	\$4 200 000.00
Otros	\$14 150 000.00
TOTAL	\$290 000 000.00

Fuente: Elaboración propia con base en Fortanell y Cabrera (2009)

Cuadro 10
Gasto en promocionales de radio del Gobierno de Querétaro
(2004-2008)

Medio	Inversión
Grupo Acir	38 000 000.00
Respuesta Radiofónica*	14 000 000.00
Corporación de radiodifusoras y televisoras de la República Mexicana**	5 000 000.00
Exa	5 000 000.00
Multimundo	3 700 000.00
Grupo de Radiodifusoras Capital	2 400 000.00
Kiss FM	1 500 000.00
ABC Radio	1 500 000.00
Otros	8 900 000.00
TOTAL	80 000 000.00

Fuente: Elaboración propia con base en Fortanell y Cabrera (2009)

Cuadro 11
Gasto en promocionales de prensa del Gobierno de Querétaro
(2004-2008)

Medio	Inversión
Noticias	42 372 000.00
Organización Editorial Mexicana*	23 500 000.00
a.m.	11 500 000.00
El Financiero	11 000 000.00
El Corregidor	10 400 000.00
El Observador	5 300 000.00
El Universal	3 117 000.00
Otros	52 811 000.00
TOTAL	160 000 000.00

*Se publicaron anuncios en los siguientes periódicos de esta organización *Diario de Querétaro*, *El Sol de San Juan del Río*, *El Sol de México*.

Fuente: Elaboración propia con base en Fortanell y Cabrera (2009)

Cuadro 12
Gasto del Gobierno de Querétaro en Empresas Editoriales
(2004-2008)

Producto/Empresa	Inversión
<i>Asomarte</i> (Mac Ediciones y publicaciones)*	10 000 000.00
<i>Buenas Noticias</i> (<i>Correo</i> , <i>Diario de Guanajuato</i>)	7 200 000.00

*Mac Ediciones y publicaciones es la casa editorial que edita el diario queretano *El Corregidor*.

Fuente: Elaboración propia con base en Fortanell y Cabrera (2009)

Limitado impacto de la reforma electoral de 2007 en Querétaro

En 2007 se verificó la histórica reforma electoral que prohibió a los partidos, políticos y particulares contratar publicidad para hacer proselitismo electoral. Desde entonces el IFE administra los tiempos oficiales asignados al Estado para que se difunda la publicidad de los partidos. Esto supone que las campañas ya no podrán invertir oficialmente las sumas millonarias que antes gastaban en publicidad de radio y TV.

Uno de los objetivos de la reforma electoral de 2007 era limitar el excesivo gasto de las campañas en radio y TV, sin embargo, en Querétaro esto no se verificó en las campañas 2009 debido a una circunstancia especial: durante los periodos de campaña, los medios queretanos suelen vender la información. De esta manera, si bien el IFE ha prohibido contratar publicidad política, los candidatos aun tienen la opción de negociar e incluso comprar extralegalmente la información. Por ejemplo, en 2009 el candidato del PRD a la gubernatura, José Carlos Borbolla, denunció que los medios locales no cubrían su campaña porque algunos de ellos le exigían pagar más de diez millones de pesos por la cobertura (Hernández 2009). De cualquier manera, la reforma electoral de 2007 ha influido para que los partidos destinen más atención y gasto a medios alternativos como periódicos, Internet y publicidad de calle.

Ilustración 1

Comprobante del cobro de información en revista Magazine de Querétaro



Municipio El Marqués Querétaro

Secretaría de Finanzas Públicas y Tesorería Municipal

PAGOS EFECTUADOS A VIDEO COMERCIAL DE MEXICO S.A. DE C.V.

RFC: VCM-921019-D15
LUIS VEGA Y MONROY NO. 409 INT. 3 PLAZAS DEL SOL 1RA. SECCION

N°AP	Concepto	Emisión	Cuenta	Cheque	Importe
Mes: Enero					
17,583	PAGO FACTURA 2153 POR CONCEPTO DE PAQ PUBLICITARIO EN SEMANARIO MAGAZINE DE QRO	31-Ene-20	SANTANDER 65501630415	6,845	\$23,000.00
Mes: Febrero					
18,670	PAGO DE LA FACTURA 2216 POR CONCEPTO DE ENTREVISTA Y PUBLICACION	22-Feb-20	SANTANDER 65501630415	7,074	\$23,000.00
18,671	PAGO DE LA FACTURA 2214 POR CONCEPTO DE PUBLICACION Y ENTREVISTA	28-Feb-20	SANTANDER 65501630415	7,156	\$23,000.00
					\$46,000.00
FACTURA NO 2492 04-Dic-20					\$23,000.00
					\$23,000.00
					\$303,600.00

Fuente: Libertad de palabra 2010

Las campañas para la gubernatura de Querétaro en 2009

La campaña del PAN: divisiones internas desde el inicio hasta el final

La campaña del PAN estuvo dirigida desde el gobierno del Estado. El gobernador Garrido le abrió camino a su *delfín* Manuel González Valle, en numerosas ocasiones Garrido alabó públicamente esta candidatura. Otra muestra del apoyo de Francisco Garrido fue que durante la temporada de campaña, Ricardo Anaya, el Secretario particular del gobernador abandonó su cargo para ir a coordinar las campañas del PAN. La mayor parte de los grupos políticos del PAN se cohesionaron en torno al candidato del gobernador Manuel González Valle. El único grupo disidente importante al interior del PAN era el de Armando Rivera.

Todos los actores políticos importantes del estado partían de un análisis histórico básico: el PAN venía a la alza en las últimas elecciones y el gobernador Garrido tenía buena aceptación entre la población. A partir de este análisis básico los principales grupos políticos y económicos locales (incluidos los medios) se sumaron en “la cargada” que impulsaba la candidatura de Manuel González Valle.

En las elecciones internas por la candidatura para ser gobernador contendieron Jorge Rivadeneyra (alcalde de San Juan del Río), Armando Rivera (ex alcalde de Querétaro) y Manuel González Valle (alcalde de Querétaro). Los electores eran sólo los militantes que estaban al corriente con el pago de sus cuotas. Durante la campaña Armando Rivera presentó evidencias (vi-

deos testimoniales) de que el gobierno de Garrido estaba destinando recursos para “comprar votos” que favorecieran al delfín del gobernador. Al final, la votación favoreció a González Valle, quien obtuvo el 55.73% de los votos y Armando Rivera se quedó con 33.97 por ciento.

Las elecciones internas favorecieron a los candidatos del gobernador: para la gubernatura estaba el *delfín* González Valle; para la alcaldía de Querétaro, se eligió a Francisco Domínguez. En la alcaldía de Corregidora fue designado Roberto Bravo, quien era cuñado de Marcela Torres (esposa de Francisco Garrido), con ello desplazaron a Francisco Montoya, “cacique” de ésta región que pretendía la candidatura. Para “controlar los daños” en este municipio, a Montoya le concedieron la candidatura para una diputación local. Para dirigir la legislatura local, el gobernador impulsó la candidatura de Ricardo Anaya, su secretario particular; además envió a éste último arropado con un grupo de subalternos. El PAN designó como plurinominales para el congreso local a Luis Antonio Rangel y Micaela Rubio, quienes habían sido subalternos de Ricardo Anaya en la secretaría particular; a otro subalterno, León Enrique Bolaño, se le envió por la vía uninominal... Por si todo esto fuera poco, el gobernador Garrido consiguió una candidatura plurinominal de diputada federal para su esposa Marcela Torres Peimbert.

El PAN no salió cohesionado de la contienda interna, por el contrario, surgieron numerosas impugnaciones que dividieron al partido. Se presentaron impugnaciones a las elecciones internas de los candidatos para las alcaldías de Toluca, Tequisquiapan, Huimilpan y San Juan del Río. En Tequisquiapan intervino la policía para que la disputa no llegara a los golpes (Rodríguez et al 2010). Además se impugnaron los resultados de la candidatura de diputado

por Huimilpan y Amealco. De igual manera se impugnaron los resultados de la candidatura para la diputación de Pedro Escobedo. (Rodríguez et al 2010)

El gobernador logró imponer a sus favoritos a pesar de que él mismo no gozaba del beneplácito del presidente Felipe Calderón. Muestra de ello era que el gobernador no solía asistir a las reuniones de líderes panistas en Los Pinos. De facto, el gobernador Garrido se había confrontado con el presidente Calderón por la presidencia estatal del PAN en 2007. En aquel momento, el grupo local que era fiel al presidente impulsó la candidatura de Luis Bernardo Nava (primo de Cesar Nava) y el gobernador Garrido impulsó a Ricardo Anaya, su secretario particular. En la elección los dos candidatos quedaron empatados y a causa de ello finalmente se designó a un “tercero en discordia”, Edmundo Guajardo, quien era cercano a Francisco Garrido.

Este distanciamiento del gobernador Garrido con el presidente Calderón implicó que parte de la cúpula nacional del PAN no viniera a Querétaro a apoyar las candidaturas panistas, ni siquiera al candidato Manuel González Valle. A pesar de ello, González Valle sí contó en sus giras con la presencia de: Germán Martínez Cázares, presidente nacional del PAN; Santiago Creel Miranda, coordinador de los senadores del PAN; Josefina Vázquez Mota, coordinadora de los diputados federales panistas... Además, claro de otras personalidades públicas que apoyaban al PAN, como la medallista olímpica, Iridia Salazar.

La estrategia de campaña del PAN

Al analizar las campañas la gran pregunta que nos hacemos es: ¿fueron las campañas el elemento crucial para que la gente decidiera su voto? Trataremos de responder a partir de la información que tenemos. Para empezar, lo que sabemos es que el PAN tenía una ventaja al arranque de la campaña. En primer lugar, el gobernador tenía buena imagen (Cuadro 13), además Manuel González Valle era mejor conocido (que José Calzada) porque tuvo una gran cantidad de recursos para hacer obra pública y promocionarse gracias a su cargo de alcalde; esta ventaja de arranque la reconocían incluso los consultores que trabajaban para José Calzada (Ibinarriaga 2009b).

Cuadro 13

Si consideramos que un gobernador ideal es. una persona honesta, con liderazgo, carisma, preparada y tolerante a las distintas ideas que existen en México. En una escala del cero al diez, donde cero es que no se parece nada y diez que es idéntico, ¿qué tanto se parece el gobernador de su estado a su gobernador ideal?



Fuente: Gabinete Estratégico de Comunicación 2008

En cambio, al inicio de la campaña José Calzada era un personaje poco conocido entre la gente, su trabajo como senador tampoco le dio mucha proyección local. A pesar de todo, ambos candidatos tenían nichos de oportunidades y debilidades obvias. La situación de arranque la podemos ver gráficamente a través de un ejercicio que en las campañas se le llama análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). En este ejercicio se comparan los perfiles de los dos candidatos para explotar sus ventajas competitivas y “blindar” sus desventajas; veamos sólo las fortalezas y debilidades de ambos candidatos.

Cuadro 14
Análisis FODA de los candidatos del PRI y del PAN a la gubernatura

Pepe Calzada		Manuel González Valle	
Fortalezas	Debilidades	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Más experiencia política que el candidato del PAN • Tiene una imagen de ser un personaje muy involucrado con su familia • Escenario nacional de crisis a favor del cambio 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco apoyo de los medios • Es poco conocido localmente • Falta de apoyo de los líderes locales 	<ul style="list-style-type: none"> • Trae el efecto de La cargada, sobre todo en medios • Mayor reconocimiento en el Estado • Su equipo de campaña parece tener más recursos de información • Tienen muchos recursos económicos • Apoyo de los empresarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña de desprestigio por presuntos malos manejos en la alcaldía • La crisis económica • La crisis de seguridad • La crisis de la influenza • Falta de carisma en su trato con la gente y los reporteros

Fuente: Elaboración propia

Una de las áreas fuertes de la campaña del PAN era el apoyo del gobernador Francisco Garrido Patrón. En el mes de mayo el gobernador tuvo una intensa actividad política que repercutía en un apoyo público al PAN. Por ejemplo, recibió al equipo de Gallos Blancos cuando este equipo ganó el campeonato y ascendió a la primera división. De manera paralela, Manuel González Valle asistió al partido donde se jugó la final de fútbol. Usó una camiseta del equipo de los Gallos y también otra camiseta que tenía impresa una leyenda: “Manuel es mi gallo”. Se pintó el rostro con los colores del equipo y se unió a la porra. (Rodríguez et al 2010)

El gobernador en el mes de mayo también encabezó la comida que se brindó a los reporteros por el día de la Libertad de Expresión. También entregó vehículos a la Comisión Estatal de Aguas, en donde prometió que todos los queretanos, tendrían el líquido todos los días. Luego acudió a entregar el Certificado ISO 9001 200 a la CTM Querétaro, en donde apuntó que en cinco años de su gobierno se habían generado 119 mil empleos. (Rodríguez et al 2010)

En esos días también premió a productores agropecuarios, e inauguró el centro de desarrollo de una empresa de la India; en este último evento recordó que su gobierno le había apostado a la inversión productiva y a incentivar la competitividad. También a finales del mes, el gobernador recibió un reconocimiento por parte de organismos privados por su fomento a la inversión privada; entre los casos de éxito que se mencionaron estaba la instalación de las empresas Bombardier y el banco Santander. Ese mismo día, Garrido Patrón entregó obras de ampliación del Aeropuerto. (Rodríguez et al 2010)

El PAN diseñó una campaña tipo “paraguas”: la figura central era Manuel González Valle y la figura de este candidato cubriría al resto de los aspirantes. El eslogan de la campaña para gobernador sería “Vamos por más”. Los candidatos secundarios podrían personalizar su candidatura agregando frases, siempre y cuando fueran propositivas y evitaran la descalificación. (Rodríguez et al 2010)

El coordinador general de las campañas del PAN era Ricardo Anaya, ex-secretario particular del gobernador. El encargado de dictar los lineamientos de *marketing* y la creación de publicidad de los candidatos sería Raymundo Gómez Ramírez, ex presidente del Comité Electoral Estatal del PAN; este político se encargaría también de realizar ejercicios de *focus group* durante los 45 días de campaña.

Campaña negativa contra Manuel González Valle y el PAN

Antes de las campañas se realizaron graves acusaciones de corrupción y/o ineficiencia en la administración de Manuel González Valle. Entre éstas destacan que su esposa haya adquirido una camioneta de casi un millón de pesos con el presupuesto del Desarrollo Integral de la Familia (dependencia de asistencia social). Pero la peor de todas las denuncias fue que el gobierno del estado y el municipal habían contratado a la empresa “ConcreMAS” (donde el padre de Manuel González Valle tenía acciones) para la construcción de la Ciudad de las Artes y el parque Bicentenario.

En los días en que estalló el escándalo de ConcreMAS, Manuel González Valle evitó constantemente el tema ante los reporteros, pero durante una con-

ferencia de prensa, ante la insistencia de los periodistas que le cuestionaron si su empresa fue o no beneficiada en estas construcciones, sólo apuntó, “no que yo sepa”. Ante la insistencia en la pregunta, los encargados de la campaña del candidato, intempestivamente cerraron la sesión de preguntas para evitar la rechifla y los reclamos. (Rodríguez et al)

Algunos actores como Julio Sentíes (2009), Secretario de Estudios del Comité Directivo Estatal del PAN, criticaron (después de la derrota) que la campaña del PAN no supo contrarrestar estas acusaciones; incluso, por el contrario, el lema de campaña de Manuel González Valle hizo eco –sin querer, dice Sentíes– a estas acusaciones al pregonar con su eslogan: “Vamos por más”.

Durante la campaña, estallaron varios escándalos de líderes panistas que llamaban a votar en contra de Manuel González Valle. Entre estos líderes destacaron el exSecretario de Desarrollo Agropecuario Héctor Lugo Chávez; la exdiputada y regidora Rebeca Mendoza Hassey; el regidor Antonio Navarro y el exdiputado federal Ramón Soto Reséndiz.

Otro de los escándalos que más impactaron en los medios fue el caso de la represión que las autoridades policiacas realizaron contra promotores de la campaña del PRI. En el mes de mayo, casi 100 taxistas acudieron a la Comisión Estatal de Derechos Humanos para denunciar la presión y el hostigamiento de las autoridades policiacas por llevar publicidad de los candidatos del PRI en sus unidades. (Rodríguez et al 2010)

Pero el caso más famoso de esta presunta represión político-policiaca, fue la detención de Arturo González Quiroz, un personaje pintoresco de la ciudad de Querétaro al que popularmente se le conoce como *El Ánimo*. Este

ciudadano fue acusado de “alterar el orden público”, fue aprehendido por policías estatales luego de que se negara a retirarse de un cruce de avenidas donde ondeaba una bandera del PRI. En esta circunstancia, Calzada Rovirosa se trasladó a los juzgados, en donde pagó una multa de \$5,195 pesos para liberar al ciudadano. Además, el candidato aprovechó para denunciar públicamente la “represión” de sus seguidores: “Me apena muchísimo, es una muestra de la intolerancia, hago un llamado al IEQ, porque hoy detuvieron a una persona por manifestar su simpatía por un partido”. (Rodríguez et al 2010)

El caso de *El Ánimo* también fue aprovechado por los priistas para denunciar la presión contra otros militantes y dieron a conocer el caso del subdelegado y consejero nacional de la Confederación de Transportistas Mexicanos, José Luis Valdés, quien fue detenido, esposado y golpeado por los tripulantes de una patrulla de la policía estatal. (Rodríguez et al 2010)

En otro caso polémico, Edmundo Guajardo Treviño, presidente del Comité Directivo Estatal del PAN, advirtió públicamente que se habían detectado a personas repartiendo panfletos y volantes difamatorios. Mediante un boletín llamó a los panistas a “ubicarlos”. Como respuesta, un grupo de simpatizantes del PAN detuvieron a un grupo de jóvenes en Corregidora; los jóvenes detenidos habían sido descubiertos cuando repartían volantes que criticaban las administraciones del PAN. (Rodríguez et al 2010)

A raíz de todas estas denuncias de represión política, el 6 de junio, el PRI, PRD y el Partido Convergencia anunciaron la creación de una fuerza opositora con la finalidad de que las elecciones se realizaran de una manera limpia y se evitara la compra de votos.

En contrapartida también vale la pena mencionar que el Comité Directivo Estatal del PAN denunció ante el IEQ una campaña negativa del PRI, esta denigraba al PAN en murales pintados en bardas, en espectaculares y en publicidad impresa. En respuesta, el 17 de junio, el Instituto Electoral de Querétaro (IEQ) aplicó una multa de 170 mil pesos al PRI y le ordenó retirar sus promocionales por denostar a su rival con frases como: “Váyanse con los bolsillos llenos, pero váyanse ya”; “Pepe, líbranos del PAN”; “Les gustan los aviones, pues que se vayan a volar”. Aunque el IEQ canceló los espectaculares y anuncios de esta campaña negativa, el PRI distribuyó masivamente una gran cantidad de artículos utilitarios (pulseras, playeras, gorras, etc.) con estas leyendas, lo cual ya no pudo ser controlado por el IEQ.

Propuestas de Manuel González Valle

En su plataforma de campaña (Partido Acción Nacional 2009) se proponen cinco puntos principales: 1) Desarrollo Humano: Educación, cultura, deporte, salud, combate a la pobreza y respeto al medio ambiente; 2) Economía con Rostro Humano: Empleo, sindicatos, fomento a la micro y pequeña empresa, autoempleo, vinculación escuela–empresa; 3) Desarrollo de las regiones: Agropecuario, forestal, minero, turismo, artesanías y migración; 4) Seguridad y la Justicia: Protección civil, seguridad pública y privada, procuración e impartición de justicia; 5) Transparencia y rendición de cuentas: Combate a la corrupción, rendición de cuentas y régimen democrático.

Durante la campaña, Manuel González Valle realizó muchas propuestas concretas, entre ellas: la creación de un nuevo campus universitario; la construcción de dos nuevos hospitales; la instalación del Instituto del Transporte;

terminar con el crimen organizado y evitar que el narcotráfico se instale en Querétaro; impulsar la pequeña y mediana empresa; realizar infraestructura educativa, de salud y la creación de un fondo para impulsar el desarrollo tecnológico y de capacitación.

La campaña de José Calzada

La estrategia de la campaña del PRI

En el momento de la elección interna del PRI el senador José Calzada supo convencer a su principal adversario Jesús Rodríguez (quien era el presidente del Comité Directivo Estatal del PRI) para que le dejara el camino libre para lograr una candidatura de unidad; ese fue el primer gran acierto de la campaña de José Calzada. A cambio de su renuncia, Jesús Rodríguez recibió una candidatura plurinominal para el Congreso de la Unión.

José Calzada logra unir al PRI local en una estrategia de reconquista del poder en Querétaro, esta estrategia empata con la tendencia nacional: no pelearse en público y resolver las diferencias en lo privado para mostrar unidad hacia afuera (Garduño 2009). Con esta capacidad para conciliar intereses en su interior, el PRI local pudo postular a candidatos muy competitivos para las principales ciudades de Querétaro, principalmente para San Juan del Río, donde se eligió a Gustavo Nieto Chávez, miembro de la familia Ruiz Obregón (dueños de la empresa refresquera Coca Cola); en El Marqués a Martín Rubén Galicia Medina, hijo del exalcalde Rubén Galicia Medina, el histórico cacique del municipio y por último se eligió a Carmelo Mendieta para la alcaldía de Corregidora. Este último realizó una importante campaña para capitalizar el descontento que tenía la población contra el candidato del PAN, pues este último partido había seleccionado a un concuño de Garrido.

Para la candidatura de la ciudad capital, sorpresivamente el PRI presentó ante el IEQ la candidatura de Armando Rivera, ex alcalde panista que había perdido la interna ante Manuel González Valle. Sin embargo, días después Armando Rivera declinó esta postulación y en su lugar el PRI designó a Jaime Escobedo, un exdiputado priista local.

En el plano de la comunicación estratégica hubo varios momentos. A decir de Adolfo Ibinarriaga, consultor de la campaña de Pepe Calzada, en la precampaña se trabajó con un eje de comunicación estratégica: “Un mejor Querétaro para todos”. Pero para la campaña constitucional se tomaron dos ejes estratégicos: 1) el tema de la economía y 2) que la contienda se centrara en la personalidad de los candidatos, no en los partidos. Estos consultores reconocían que el PAN estaba mejor posicionado que el PRI, de facto, señalan, la estrategia del PAN era plantear una campaña entre partidos y que tuviera como tema central “la seguridad”, es decir, la lucha contra el narco. (Ibinarriaga 2009a)

En los meses de la campaña la crisis económica se vuelve más visible en la sociedad a raíz de la crisis de la influenza que detiene la vida pública (y comercial) del país. En este momento la campaña de José Calzada insiste en que el tema más importante para la sociedad es la economía, no la inseguridad como había propuesto la campaña nacional del PAN. (Ibinarriaga 2009b)

Como en Querétaro el PAN estaba mejor posicionado que el PRI, la estrategia del PRI insiste en proponer una campaña personalizada, entre Pepe Calzada y Manuel González Valle, no entre el PRI y el PAN. De facto, José Calzada teje una alianza con el Partido Nueva Alianza para no ser visto solamente como un candidato del PRI, sino como el candidato de la alianza

“Juntos Para Creer”. En este afán de que la pelea fuera uno a uno, la campaña de Pepe Calzada acusó a Manuel González Valle de una supuesta corrupción en su administración. (Ibinarriaga 2009a)

“Nosotros éramos honestidad, servicio, legalidad, transparencia para todos, conocimiento, resultados, capacidad sin colores, *versus* ellos que eran corrupción, políticos de siempre, tráfico de influencias para los de siempre, ignorantes, sin resultados, incapacidad y azules. Incluso ellos decían “Querétaro es azul”, nosotros decíamos “Un Querétaro sin colores”. (Ibinarriaga 2009b)

Muy a menudo, José Calzada acusó continuamente a las administraciones federales y estatales panistas de la crisis económica que vivía el país; les reprochó la falta de transparencia en el estado, así como la construcción de obras innecesarias o mal planeadas. (Rodríguez 2011)

Manejo de la agenda pública en la campaña de José Calzada

Entre las grandes ventajas comparativas que tenía la campaña de José Calzada estaba su predominio en la agenda pública. Sin lugar a dudas, se puede afirmar que la campaña de José Calzada logró imponer los principales temas de la agenda pública durante la campaña, mientras que el equipo del PAN se dedicó a reaccionar a las discusiones que proponía el equipo de José Calzada. Entre los numerosos efectos mediáticos que logró la campaña de Pepe Calzada se pueden citar, como ejemplo, los siguientes:

1. Asistió acompañado de la gobernadora de Yucatán, Ivonne Ortega, a la final del campeonato de fútbol disputada entre los Gallos Blancos de Querétaro y los Venados de Mérida.
2. En sus presentaciones fue acompañado por los líderes nacionales del PRI, entre los que destacaron: Enrique Peña Nieto, gobernador del Estado de México; Manlio Fabio Beltrones, presidente de la mesa directiva del senado; Beatriz Paredes Rangel, presidenta nacional del PRI.
3. Realizó varios eventos espectaculares que atrajeron los reflectores de los medios locales y nacionales, por ejemplo, realizó un homenaje a José Sulaimán, presidente del Consejo Mundial de Boxeo. Pero además a este evento asistieron los ex campeones mundiales Guadalupe Pintor y José “el Pipino” Cuevas, quienes recorrieron los medios de comunicación dando entrevistas.
4. Tuvo una exitosa presentación en todos los foros de presentaciones y/o debates de los candidatos a la gubernatura, entre los que destacan los organizados en el Tecnológico de Monterrey, Campus Querétaro; en el debate organizado por el IEQ en el Club de Industriales; así como en el foro organizado por la Federación de Colegios y Asociaciones de Profesionistas del Estado de Querétaro (FECAPEQ). En cambio, Manuel González Valle no respondió a las acusaciones de Pepe Calzada en el debate del Club de Industriales y no asistió al debate organizado por la FECAPEQ.
5. Muchos líderes panistas y de otros partidos declinaron votar por Manuel González Valle y llamaron a votar por Pepe Calzada, entre

ellos destacan la regidora y exdiputada Rebeca Mendoza Hassey; el regidor Antonio Navarro; la diputada por el Partido Verde Ecologista de México, María de Jesús Ibarra; Pedro Pérez Sosa, candidato a la gubernatura por el PSD (Partido Social Demócrata); Guillermo Félix, candidato del PRD a la alcaldía de Querétaro; el ex candidato perredista para la alcaldía de El Marqués, Gabriel Olvera Gutiérrez...

6. La esposa de José Calzada realizaba una gira paralela con unidades médicas que otorgaban servicios gratuitos a la gente.
7. Los casos de represión policiaca a promotores de la campaña de Pepe Calzada, logran posicionar a la administración panista como represora; entre ellos destaca la represión a *El Ánimo*.
8. La campaña negativa que acusó a Manuel González Valle de corrupción en su administración, en especial el caso ConcreMAS.

Estos golpes mediáticos le representaron mucha publicidad gratuita a la campaña del PRI, gracias a ellos los medios le brindaron notas informativas gratuitas, lo cual es mejor que la publicidad pagada porque la información es más creíble que la propaganda. En muchos sentidos la campaña de Pepe Calzada suscitó más simpatías, mientras que la del PAN suscitó repudio por parte de la población en casos como la represión de los promotores de la campaña priista.

En este contexto también hay que remarcar que la personalidad de Pepe Calzada era mucho más carismática que la de Manuel González Valle, como orador era más expresivo; en las giras se mostraba cercano a la gente; su personalidad seducía a los reporteros... En cambio Manuel González Valle como

orador era muy adusto; en las giras prefería mantener distancia con la gente y en muchas ocasiones se confrontaba con los reporteros. Si a todo esto sumamos que los gobernantes panistas solían distanciarse de la gente común y corriente, no brindar entrevistas a los reporteros, etc. podemos concluir que como equipo de comunicación los priistas fueron ampliamente superiores.

A decir de Ibinarriaga, Calzada invitó a la gente a creer en su proyecto, a que el cambio era posible. Por este motivo uno de los primeros y principales eslóganes de su campaña era “Querétaro, creo en ti”, para lo cual usaban “un diseño fresco alejado de los estereotipos de las campañas políticas”. (Ibinarriaga 2009b)

El candidato hizo lo que quiso hacer de forma novedosa, diferente, arriesgada pero incluyente y plural, “un Querétaro sin colores” se convirtió en la firma de muchas de las piezas de comunicación. Calzada tomó la mayoría de las decisiones de la misma, salió a la calle, estrechó manos, hizo compromisos y fue endureciendo su mensaje en la parte de la crítica situación que se vivía en muchas localidades del estado pero siempre con propuestas. (Ibinarriaga 2009a)

Ilustración 2

Espectacular de la primera etapa de campaña de José Calzada



Fuente: Campaña de José Calzada

Propuestas de campaña de Pepe Calzada

En la plataforma de la coalición Juntos para creer (Partido Revolucionario Institucional 2009) se plantean las principales propuestas de la campaña, entre ellas hay que destacar: I) Educar para crecer, en ésta se ennumeran propuestas para los diferentes niveles escolares. II) Nuestra gente, aquí se refiere a problemáticas como combate a la pobreza, salubridad pública, migrantes, vivienda, deporte... atención a mujeres, jóvenes, adultos mayores, indígenas y personas con capacidades diferentes así como los grupos vulnerables. III) La economía al alcance de todos, se tocan tres puntos, primero, el empleo y el crecimiento empresarial, segundo, el apoyo al campo y tercero, el turismo.

IV) Gobernabilidad se refiere a temas de federalismo, “democracia con resultados” y rendición de cuentas, al Estado de derecho, a la seguridad pública y a la participación ciudadana.

Cuando tomó protesta como candidato a la gubernatura, José Calzada apuntó que su proyecto se centraría en cuatro vertientes: la seguridad ciudadana, la seguridad social, la seguridad económica y una buena administración de los recursos y transparencia en las acciones de gobierno. En cambio durante el debate en el club de industriales señaló que su proyecto contaba con tres vertientes: la generación de empleo, el reordenamiento de los recursos públicos y una mejor infraestructura.

Entre las numerosas propuestas concretas que realizó como candidato destacan las siguientes: reducir el salario de gobernador, así como el de todos los funcionarios de primer nivel; invertir una cantidad sin precedentes en educación; eliminar la tenencia en el 2010; mantener la seguridad del estado; ampliar la carretera San Juan del Río-Xilitla a cuatro carriles; detonar cuatro polos de desarrollo, Pedro Escobedo, San Juan del Río, Cadereyta y Ezequiel Montes; apoyar a las empresas con el 2.5 por ciento de su inversión inicial; dar becas a los trabajadores, capacitación y crear un fideicomiso con el Impuesto Sobre la Nómina; duplicar los recursos de la universidad y ampliar su matrícula; la creación de una procuraduría del contribuyente; buscar la reutilización de energías renovables; dignificar los mercados e impulsar la industria automotriz. (Rodríguez et al 2010)

Cierre de la campaña de José Calzada

Ambas campañas exhibieron una gran cantidad de recursos en la denominada “campaña tierra”. Ambos candidatos salieron a conquistar el espacio público con brigadas de reclutadores, animadores y eventos callejeros. En los grandes eventos como las presentaciones y los debates, ambas campañas desplazaron muchos autobuses llenos de gente, autobuses pintados con los promocionales de las campañas. En las principales avenidas de la ciudad, en los centros comerciales se escenificaron coreografías, eventos musicales y batucadas.

En el cierre, la campaña de Pepe Calzada pidió a la gente que “volviera a creer” y saliera a votar por “un cambio seguro”.

“La gente podía estar, en su vida diaria, no de acuerdo con muchas situaciones, pero había que empoderarla y decirle que un cambio era posible, y que ellos podían lograr ese cambio, quitarles el miedo, entrecomillado, para que pudieran votar por una opción diferente” (Ibinarriaga 2009b)

Ilustración 3

Espectacular del cierre de la campaña de José Calzada



Fuente: Campaña de José Calzada Roviroso

Las campañas en la Internet

La campaña de 2009 es la primer campaña que en México comienza a usar los recursos de la Web 2.0. La Internet fue uno de los principales recursos de la campaña de Pepe Calzada. Según Adolfo Ibinarriaga, la campaña de Pepe Calzada instaló un E-center desde el cual se contactó a miles de usuarios de Internet:

“Lo entendimos no como un medio sino como un espacio, un espacio de comunicación de dos vías, interlocución entre las diferentes audiencias que jugaban con nosotros en la red, y ahí están un poco los resultados del trabajo que se hizo en Internet. En cuentas de redes sociales, tenemos 10 cuentas y 20 mil 100 amigos en estas cuentas; en el blog del candidato 19 mil visitas, con 362 comentarios; el Twitter tuvo 228 seguidores con 180 entradas; la página Web del candidato tuvo 28 mil visitas, con 2 300 usuarios registrados; las páginas de video de campañas subimos 126 videos para YouTube y otros canales de podcast; y en podcast se hicieron 35 grabaciones, de las cuales se reprodujeron 1, 751 de ellas.” (Ibinarriaga 2009b)

Ibinarriaga explica que para la campaña de Querétaro se inspiraron en la campaña de Obama, por ese motivo se recurrió tanto a la Internet y, en particular, a las redes sociales.

Habría que matizar que aun cuando la campaña de Calzada tuvo mucho más presencia que las de sus contrincantes en la red de redes, esta campaña no logra desarrollar un gran movimiento social centrado en las comunidades de la internet, como sucedió en la campaña de Obama. En la campaña de Obama las redes sociales desbordaron al equipo de campaña; la gente se

empoderó e impuso el ritmo al candidato; se desarrolló un movimiento social que se estructuraba a partir de las redes sociales. En la de José Calzada sucedió lo de siempre el candidato conquistó a un sector de la población y les impuso su programa. Aun si concediéramos que la campaña de Calzada logró una alta participación de las redes sociales, en última instancia fue el equipo de Calzada quien dirigió la campaña; esto no quiere decir que las redes sociales se hubieran apropiado de la campaña y se impusieran al candidato.

Un punto importante que debemos reconocer es que la importancia de la campaña en la Internet no consistía tanto en que tuviera un gran público (como la TV o la radio), sino en que ayudó a manejar la agenda pública de los medios. Esto es particularmente importante por que como los órganos electorales han prohibido las campañas negativas en radio y televisión, en 2009 las campañas negativas se desplazaron a la Internet, donde los órganos electorales no podían vigilar. En este sentido, la formidable campaña negativa que se realizó contra el PAN tuvo su principal eje ofensivo en la Internet. Particularmente los principales videos de campaña negativa que tanto afectaron al candidato Manuel González Valle se presentaron en Youtube y a partir de ahí muchos medios reprodujeron las acusaciones contra el candidato panista; este proceso se denomina *marketing viral*.

En el estudio de análisis de contenido realizado por la tesis que ya hemos citado (Rodríguez et al), se descubre que el 26.71% de los videos sobre el PAN son de corte negativo, mientras que sólo el 10.65% de los videos sobre el PRI son negativos; además a los videos negativos del PAN se deben sumar los videos negativos sobre el gobierno de Garrido (Cuadro 15). También se tiene que mencionar que, cualitativamente, los videos negativos sobre el PAN

fueron ampliamente superiores, pues reprodujeron las principales acusaciones contra la candidatura de González Valle, como fue el caso ConcreMAS, un caso que la prensa y la radio local cubrieron ampliamente; es decir, estos videos se difundieron gratuitamente en un proceso de *marketing viral*.

Cuadro 15
Videos de Youtube sobre partidos en la campaña para la gubernatura en 2009

Partido	PRI	PAN	PRD	Gobierno del estado	Total
Videos	169	131	4	11	315
Porcentaje	53.65%	41.58%	1.26%	3.49%	100%
Oficiales	151	96	4	0	251
Porcentaje	89.34%	73.28%	100%	0%	79.68
No oficiales*	18	35	0	11	64
Porcentaje	10.65%	26.71%	0%	100%	20.31%

Fuente: Rodríguez *et al* 2010

*Usualmente los videos no oficiales que se descubrieron eran de corte negativo, sobre todo los del PAN y los de la administración del gobierno del estado.

El comportamiento de los medios en las campañas de 2009

El escenario político previo a las campañas de 2009 hacía prever a los especialistas que el PAN volvería a ganar la gubernatura de Querétaro. En este contexto se entiende que la mayoría de los medios locales, sobre todo los más importantes, hayan apoyado a las campañas de los candidatos del PAN; privilegiaron exageradamente la campaña del candidato panista a la gubernatura y la del candidato a la alcaldía de Querétaro. Este apoyo se demuestra en un estudio de análisis de contenido de los periódicos *Diario de Querétaro* y el *Noticias de la mañana*, así como de los noticiarios radiofónicos *Para Continuar* (Multimundo) y *Panorama Informativo* (Grupo ACIR). Este análisis de contenido forma parte de una tesis de licenciatura que analiza el comportamiento de los medios locales en las campañas de 2009. (Rodríguez *et al* 2010)

Cuadro 16
Menciones otorgadas a políticos y candidatos del PRI, PAN y PRD en la campaña para la gubernatura en 2009

Medio de comunicación	PAN	PRI	PRD
Diario de Querétaro	72.94%	22.28%	02.65%
Noticias	60.67%	30.00%	1.69%
Para continuar	32.88%	26.92%	05.68%
Panorama informativo*	0	0	0

Fuente: Rodríguez *et al* 2010

* Los reporteros de este noticiario que se transmite por una estación de ACIR, informaron que esta cadena radiofónica no cubrió las campañas en protesta por la Reforma Electoral 2007, la cual impidió a los partidos la contratación de publicidad en radio y televisión.

Cuadro 17
Espacio otorgado a los candidatos del PRI, PAN y PRD en la campaña
para la gubernatura en 2009

Medio de comunicación	Manuel González Valle (PAN)	José Calzada Rovirosa (PRI)	José Carlos Borbolla (PRD)
<i>Diario de Querétaro</i>	73.97%	23.50%	02.53%
<i>Noticias</i>	61.43%	37.54%%	1.03%
<i>Para continuar</i>	50.16%	45.57%	03.31%
<i>Panorama informativo</i>	0	0	0

Fuente: Rodríguez *et al* 2010

Cómo se puede apreciar en los cuadros 16 y 17, quien más apoyo brindó a los candidatos del PAN durante la campaña, fue el *Diario de Querétaro*, lo cual se interpretó como una apuesta personal de su director Sergio Arturo Venegas Alarcón. Ya en 2008 este periódico había nombrado “Queretano del año” al gobernador Francisco Garrido; además, durante la campaña publicó presuntas encuestas, hechas por el mismo *Diario de Querétaro*, en las cuales, desde el principio hasta el final de la campaña, aseguraba que Manuel González Valle ganaría por dos a uno a José Calzada.

Otro dato que se debe destacar es que en las campañas del 2009 hay un *boom* de medios alternativos: sitios de Internet, revistas, periódicos, radio... De facto, la campaña del priista José Calzada recurrió intensamente a las re-

des sociales de Internet y fue privilegiada en medios alternativos y críticos de la administración panista como *Libertad de palabra* y *Tribuna de Querétaro...* Inclusive cabe señalar que muchos medios alternativos se constituyeron como la vanguardia de la campaña negativa contra el candidato del PAN a la gubernatura, entre ellos destaca la revista impresa *Reporte Pinzón*, la pagina web *Sociedad y Poder*, así como las decenas de videos negativos que se difundieron vía *Youtube...*

Pero si los medios de grandes audiencias tuvieron poca influencia para incidir en el triunfo del candidato a la gubernatura, quizá debemos atribuir menos influencia a los medios alternativos porque sus públicos son muy reducidos.

Algunos asesores de la campaña y el mismo candidato José Calzada han atribuido a los jóvenes y a la Internet un peso decisivo a su triunfo (Ibinarriaga 2009). Sin embargo, los datos refutan esta hipótesis, pues según la encuesta de salida de Mitofsky (Consulta Mitofsky 2009) el 42.4% de jóvenes de entre 18 y 29 años votó por el PAN, sólo el 35.1% de este sector votó por el PRI. En cambio entre los adultos mayores de 50 años y más la tendencia se invierte, el PRI obtuvo un decisivo 45.3% contra un 28.1% del PAN. Por tanto el electorado del PRI se concentra en los adultos mayores, los que tienen menor escolaridad y los que desaprobaban la gestión de Garrido. (Cuadro 18)

Cuadro 18
Perfil del votante queretano (en porcentajes)

Variables		PAN	PRI	PRD	Otro	No contesta
Sexo	Hombre	37.0	40.3	1.9	4.4	16.4
	Mujer	37.9.0	39.7	1.5	4.1	16.8
Edad	18-29 Años	42.4	35.1	1.4	2.9	18.2
	30-49 Años	37.5	41.9	2.2	4.8	13.6
	50 y más Años	28.1	45.3	1.2	5.5	19.9
Educación	Primaria	32.0	42.1	2.2	5.0	18.7
	Secundaria	39.5	39.5	0.8	4.5	15.7
	Preparatoria	37.7	38.4	2.7	3.6	17.6
	Universidad y más	40.8	41.2	1.0	3.2	13.8
Principal problema	Económicos	39.4	40.0	1.7	4.1	14.8
	Seguridad	41.0	39.6	1.4	4.7	13.3
Aprobación de Gobernador	Acuerdo	45.3	36.9	1.1	3.1	13.6
	Desacuerdo	16.6	48.0	3.2	7.0	25.2

Fuente. Consulta Mitofsky, 5 de julio 2009

Con respecto a la influencia de la Internet, una encuesta del INEGI (2008) aseguraba, en marzo de 2007, que sólo una quinta parte de la población de seis años o más en México era usuaria de la red (20.8 millones de mexicanos). Además, en el sector de adolescentes (12 y 17 años) y jóvenes (18 a 24 años) es donde existe un mayor porcentaje de usuarios de la Internet. Los adolescentes representaban casi el 30% de los usuarios; el grupo de 18 a 24 años

casi otro tanto (INEGI 2008). A esto habría que agregar que el sector de los jóvenes registra un alto abstencionismo en las elecciones; por ejemplo, en 2003, en la elección de diputados federales, casi un 70% de los jóvenes entre 18 y 34 años se abstuvo de votar. (IFE 2004)

Creo que la respuesta al por qué los queretanos decidieron sacar al PAN de la gubernatura se debe buscar en otros factores, no específicamente en la influencia de los medios locales, tampoco en la participación de los jóvenes o de los usuarios de la Internet.

Conclusiones

¿Cómo explicar que un electorado promueva un vuelco electoral a favor del PAN en 1997 y luego que este mismo electorado promueva un vuelco electoral a favor del PRI en 2009? Más complicado resulta explicar los vuelcos electorales cuando los gobernadores de esos momentos estaban bien evaluados, eran gobernantes muy fuertes que controlaban el espacio público, la lógica política marcaría que el partido en el poder se refrendara en las urnas...

En este artículo he analizado algunos de los factores que públicamente se han usado para explicar este vuelco electoral; a partir de datos empíricos los hemos descartado como los factores decisivos, entre ellos los más citados: la influencia de los medios locales; la participación de los jóvenes en la campaña ganadora; la influencia de la Internet; la supuesta impopularidad del gobernador Francisco Garrido... Es decir, creo que aun cuando algunos de estos factores si podrían haber tenido alguna influencia, no fueron decisivos porque existen datos empíricos para desestimarlos.

Descartados estos factores nos quedarían otros elementos sobre los que no existen datos para probar su nivel de influencia. Uno de los factores cruciales para explicar el vuelco electoral de 2009 es el escenario nacional de crisis, los mismos consultores de José Calzada lo reconocen:

El éxito de la campaña no hubiera sido posible sin un contexto económico adverso para la continuidad del proyecto vigente, sin las fracturas que se dieron al interior del PAN. (Ibinarriaga 2009a)

En 2009 el país vivía una de las crisis económicas más profundas de su historia, también pasaba por una crisis de seguridad que había provocado aproximadamente 26 mil muertes (estábamos peor que en la guerra de Irak) y por si esto fuera poco las campañas fueron sacudidas por una crisis sanitaria a causa de la influenza AH1N1, lo cual agravó la crisis económica que vivía el país en el momento de las campañas.

Otro factor que contribuye a nuestra explicación es el que el electorado queretano no tiene una identidad partidista, sino que más bien es un electorado independiente, que promueve la alternancia como una forma de exigir a los políticos que se vuelvan competitivos. De facto esta hipótesis no es nueva, sino que ya ha sido sustentada por profundos estudios de cultura política, entre los que destacan la tesis doctoral de Ana Díaz Aldret (2006).

Si es verdad que el electorado queretano es prioritariamente independiente, con ello se explica que la población queretana realice un voto diferente en cada tipo de elección. Por ejemplo, en las presidenciales suele brindar un abrumador apoyo al PAN; en cambio en la elección de gobernador la población se ha estado dividiendo entre apoyar al PAN o al PRI, de manera que ninguno de estos dos partidos logra ganar la gubernatura por un porcentaje mayor a cinco puntos en las tres elecciones que van de 1997 a 2009.

Como hipótesis quizá sea más viable explicar que el triunfo del PRI y la derrota del PAN en Querétaro son producto de una constelación de factores, no de uno sólo de ellos. Entre estos destacan: el hartazgo de la gente con la crisis económica y de seguridad; una clara superioridad de la campaña del PRI sobre la campaña del PAN; la división entre los grupos panistas locales durante la época de la campaña; la emergencia de medios alternativos que

criticaron al PAN y apoyaron a José Calzada; obviamente entre estos medios se pueden destacar los de la Internet...

Entre todos estos factores ciertamente destaca la pésima estrategia de campaña que usaron el candidato del PAN y el grupo del gobernador Garrido, todos ellos arrastraron al partido en una racha perdedora; eligieron candidatos poco populares para la contienda gubernamental y para las grandes ciudades, donde reside la mayoría de los electores y donde el PRI fincó su triunfo (Querétaro, Corregidora, El Marqués y San Juan del Río). En estas ciudades el gobernador Garrido dividió a sus seguidores con las imposiciones. De la selección de candidatos el PAN salió profundamente dividido; en cambio el PRI salió muy fortalecido de las elecciones internas.

También debemos recordar que los panistas eligieron una estrategia tipo paraguas, donde el candidato Manuel González Valle cubriría a los demás. Pero cuando este candidato se demostró incapaz de atraer electores, toda la campaña del partido se derrumbó. El candidato Manuel González Valle no tenía carisma para relacionarse con la gente o siquiera con los medios. El candidato no solía tener cercanía con la gente común y corriente como se estilaba en una campaña, además en varias ocasiones se confrontó públicamente con los reporteros. Quizá por las carencias de Manuel González Valle como orador fue que su campaña descartó varios debates.

En cambio, desde el inicio, en la estrategia de comunicación el PRI planteó adecuadamente sus mensajes: la economía y un duelo personal entre José Calzada y Manuel González Valle. La estrategia de comunicación del equipo de González Valle eligió un eslogan ("Vamos por más") que hizo eco a los adversarios que lo acusaban de corrupto.

En el fragor de las campañas, el PRI demostró una gran capacidad en el manejo de la agenda, capitalizó los errores del PAN (por ejemplo, la represión de promotores del PRI, la división del PAN...) y filtró a los medios una gran cantidad de publicidad negativa que ensombreció a Manuel González Valle y a Francisco Garrido.

Desde un punto de vista más teórico podríamos concluir que existen diferentes formas de ejercer el poder; una de ellas es a través de la vigilancia, el control y la represión (el método que privilegiaron Francisco Garrido y Manuel González Valle) y otra forma es la seducción (método que fue privilegiado por José Calzada). En una democracia se utilizan ambas formas, pero a la hora de salir a conquistar al electorado, la seducción suele ser el método mejor aceptado. Creemos que el gobernador Garrido y su grupo se confiaron en que tendrían una elección a modo y mantuvieron la distancia con la población que los había caracterizado en los últimos años.

Por encima de todo, el electorado nos ha vuelto a dar una lección a investigadores, consultores y políticos que habíamos creído que la gente era fácil de manejar. Ahora ya sabemos que es lo que no quiere la gente, sólo nos resta comprender que es lo que si quiere, menuda tarea tenemos los investigadores.

Referencias

- Arreola, Juan José (2009) “Reportan 55 mil desempleados en Querétaro”, en *El Universal*, 28 de agosto, México.
- Contreras, Denise (1996) “Configuración del sistema de partidos en Querétaro, de 1950 a 1977”, tesis para obtener el grado en la Maestría en análisis político, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.
- Consulta Mitofsky (5 de julio de 2009) “México, comparativo de resultados y perfil del votante”, México. www.consulta.com.mx, archivo descargado el 10 de julio de 2009.
- Díaz Aldret, Ana (2004) “La paz y sus sombras. Cultura política en Querétaro: entre la tradición y el minimalismo democrático”, Tesis para obtener el grado de doctor por la Universidad de Guadalajara.
- Espino, Germán (2003) *El crack del 97, ¿por qué los queretanos promovieron el vuelco electoral más importante de su historia?*, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.
- Fortanell, Betsabee y Jorge Cabrera (2009) “290 millones de pesos recibieron televisoras” *Tribuna de Querétaro* 520, Año XII, 7 de diciembre.
- Gabinete Estratégico de Comunicación 2008, “ENCUESTA ESTATAL. Gobierno, sociedad y política, octubre 2008” México.
- Garduño Morán, Karla (2009), “PRI: octogenario”, Suplemento Enfoque, *Reforma*, 1 de marzo, México.
- Garza Morales, Martagloria (1998) *La nueva generación de políticos queretanos*, Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro.

- Hernández, Héctor (2009) “No tuvimos para pagar cobertura periodística”, *Tribuna de Querétaro* 497, 8 de junio, Querétaro.
- Ibinarriaga, José Adolfo (2009a) “La campaña que ganó en Querétaro”, *El universal*, 10 de julio, México.
- _____ (2009b) “La campaña de Pepe Calzada” en Foro de análisis ¿Qué pasó el 5 de julio?, Universidad Autónoma de Querétaro, 13 de agosto.
- _____ (2010) “Comunicación estratégica y cuarto de guerra” Módulo impartido en el Diplomado en Planeación de campañas electorales y marketing político, Universidad Autónoma de Querétaro.
- IFE (2004) “Informe de resultados del estudio de la participación ciudadana en las elecciones federales de 2003” México. www.ife.org.mx. Archivo descargado el 20 de agosto de 2004.
- INEGI (2008) Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información en los hogares 2007, México. www.inegi.gob.mx
- ITESM (2010) “La competitividad de los estados mexicanos 2010”, Monterrey. Archivo descargado el 20 de mayo de 2010.
- Libertad de palabra (2010) “El ‘negociazo’ de Magazine de Querétaro”, en *Libertad de palabra*, 22 de febrero. <http://www.libertaddepalabra.com/2010/02/el-negociazo-de-magazine-de-queretaro/>. Archivo descargado el 25 de febrero de 2010.
- Moreno, Alejandro (2007) The 2006 Mexican Presidential Election: The Economy, Oil Revenues, and Ideology” PS: Political Science and Politics 40, January, Cambridge University Press. United States of America.

- Palacios, Fidelina y Victor Pernaletе (2009) “Oficialmente gobierno estatal de Garrido gastó mínimamente 555 mdp en publicidad” *Tribuna de Querétaro* 520, Año XII, 7 de diciembre.
- Parametría (2009) Indicador estatal 2009 de inseguridad, México. www.parametría.com.mx. Archivo descargado el 1 de julio de 2009.
- Partido Acción Nacional (2009) “Plataforma de campaña del Partido Acción Nacional” presentada ante el Instituto Electoral de Querétaro, Querétaro, Mimeo.
- Partido Revolucionario Institucional (2009) “Plataforma de campaña del Partido Acción Nacional” presentada ante el Instituto Electoral de Querétaro, Querétaro, Mimeo.
- Rodríguez Gómez, Alfredo *et al* (2010) “La cobertura de los medios a las campañas para la gubernatura de Querétaro en 2009”, Tesis para obtener el grado de Licenciado en comunicación y periodismo por la Universidad Autónoma de Querétaro. Querétaro.
- Sentíes, Julio (2009) “*Elección de 2009 Querétaro, Causas del Fracaso del PAN*”, *En Foro de análisis ¿Qué pasó el 5 de julio?*, Universidad Autónoma de Querétaro, 13 de agosto.
- Silva González, Andrea (2008) “Entrevistas a periodistas que fueron despedidos por motivos políticos”, Mimeo, Querétaro.
- SEDESU (2008) “¿Por qué Querétaro?, La vida más allá de los negocios,” Presentación de Power Point, Secretaría de Desarrollo Sustentable del Gobierno del Estado de Querétaro, Querétaro.

Los factores coyunturales que propiciaron la derrota del PAN en las elecciones por la gubernatura de Querétaro en 2009

Martha Gloria Morales Garza

Introducción

Este ensayo tiene por objetivo destacar el papel de los elementos coyunturales en el resultado electoral de la contienda por la gubernatura en Querétaro. Aunque casi siempre existen elementos estructurales o de larga duración que explican el comportamiento electoral, en el caso de elecciones altamente competitivas, con márgenes de victoria muy estrechos, como es el caso de la contienda por la gubernatura de Querétaro en 2009, los elementos coyunturales pueden resultar definitivos.

Tres elementos coyunturales se resaltarán en este ensayo: en primer lugar, el ambiente estatal y nacional sobre el poderío del PAN en la entidad; en segundo lugar, el proceso de selección de candidatos y el impacto de este en las fracturas o fisuras al interior de los partidos y, tercero, las campañas electorales.

Este trabajo es un resultado preliminar, no pretende ser concluyente y más bien pretende mostrar algunos elementos relevantes para apuntalar la hipótesis de que en ciertas circunstancias los elementos coyunturales pueden definir los resultados electorales; esto sucedería, por ejemplo, cuando se presentan altos niveles de competitividad y estrechos márgenes de victoria.

¿En 1997 el PAN llegó para quedarse?

En 1997 el PAN triunfó en la gubernatura, pero también en cuatro municipios; dos de estos eran los más poblados de la entidad (Querétaro y San Juan del Río). A partir de esa fecha el panismo no solo incrementó su fuerza electoral sino que, además, se extendió a través de todo el estado. Con esta racha en 2006 ganó 16 diputaciones (es decir el 64% de las curules) y 10 ayuntamientos; estos últimos, en conjunto, gobiernan más del 80% de la población del estado. En pocas palabras, de 1997 a 2006 el estado pasó de ser un espacio de pluralidad política, a ser un espacio de predominio casi hegemónico de Acción Nacional.

En este escenario, la derrota de Acción Nacional en la contienda por la gubernatura en 2009 era inesperada. Esto a pesar de que el margen de victoria en la elección de gobernador entre 1997 y 2003 se acortó, pues pasó de cinco puntos porcentuales a tres; lo cierto es que las expectativas sobre un triunfo del PRI en la gubernatura en 2009 no eran muy fuertes. La derrota del PRI en las campañas locales en 2006, en las cuales obtuvo resultados inferiores a los obtenidas en 1997, hacían casi imposible que el PRI remontara los pronósticos.

Sin embargo, factores coyunturales cambiaron la correlación de fuerzas

y permitieron que el PRI obtuviera la victoria en la elección de gobernador con un margen de 5% sobre el PAN; adicionalmente ganó ocho de los quince distritos de mayoría y seis municipios de los dieciocho en contienda, así como también dos de los cuatro distritos federales, los que corresponden al municipio capital.

Como se puede observar en el cuadro 1, a pesar de que la conformación de la legislatura es plural y de que el PAN constituye el mayor grupo legislativo; es fácil predecir que los legisladores del PRI y los de Nueva Alianza mantendrán su coalición electoral en el trabajo legislativo. Por otra parte, el Partido Verde ha declarado que desarrollará una alianza con el PRI. Por tanto, en la práctica, la fracción priísta tendrá el control del legislativo. Este resultado recuerda los resultados en la elección de 1997, donde el PAN y el PRI tenían 12 diputados cada uno y el entonces Partido Cardenista permitió al PAN tener la mayoría.

Cuadro 1
Conformación de la legislatura del estado en el periodo 2009-2012

Partido	Legisladores de mayoría	Legisladores de representación proporcional	Total
PAN	7	3	10
PRI	6	3	9
PVEM		1	1
PRD		1	1
Convergencia		1	1
PNA	2	1	3

Fuente: Elaboración propia con base a la información proporcionada por el IEQ. Septiembre 2009.

Nota: Los dos diputados de mayoría de Nueva Alianza fueron distritos ganados por la Coalición con el PRI y el 95% de los votos obtenidos por esta alianza en la elección de diputados, según el convenio entregado y aprobado por el IEQ, cuentan para el Partido Nueva Alianza en la distribución de legisladores de representación proporcional, esto explica el número de curules de este partido. Cfr. Resolución sobre el convenio de coalición PRI, y PANAL, 24 de abril de 2009.

A nivel de los gobiernos municipales, el PAN ganó nueve municipios, entre ellos la capital; es decir, la mitad de los municipios de la entidad. Por otra parte el PRI conquistó siete municipios, entre los que se cuentan los conurbados a la capital y el municipio de San Juan del Río (que solía ser un bastión del PAN). En tanto que Convergencia y el Partido Verde triunfaron en un municipio cada uno (Peñamiller y Ezequiel Montes, respectivamente).

El PRD es el gran perdedor de esta contienda; cedió los dos municipios que gobernaba (Tequisquiapan y Arroyo Seco) y apenas logró el 3% de los votos para obtener un diputado de representación proporcional (cuando usualmente lograba dos). El Partido Verde se colocó como la tercera fuerza electoral; Convergencia en el cuarto lugar y el PRD se fue hasta el sótano con el quinto lugar en votación. Los restantes, el PT y el PSD, no obtuvieron su registro local pues sus votaciones fueron inferiores al 3% (el umbral mínimo en la entidad).

La explicación de un cambio tan importante en la correlación de fuerzas, tiene que partir de analizar el impacto que las elecciones federales tienen sobre las locales. Sobre todo en el contexto de 2009, en un momento en el cual existía un importante nivel de desencanto con la gestión panista nacional. En esta época había una crisis económica de gran magnitud que no era reconocida por el gobierno del PAN; además, por otra parte había una crisis de inseguridad que, podemos afirmar, que no se había vivido en México. Los estudios nacionales y extranjeros son muy contundentes cuando se refieren a la concurrencia de elecciones locales con la presidencial; pero ya no son decisivos cuando la elección federal es intermedia. En 2009 se vivió una elección

federal intermedia y una elección local completa; en ésta última se eligió gobernador, ayuntamiento y diputados locales. En este contexto pensamos que ambas elecciones tienen una autonomía relativa.

Un dato ilustrativo, en las elecciones federales para diputados en Querétaro, es que el PAN obtuvo en total 38.57% de los votos; ganó dos de cuatro distritos electorales, los correspondientes a la Sierra y la región del semidesierto. El PRI obtuvo un porcentaje ligeramente inferior, 37.98% y ganó también dos diputados federales, los correspondientes al municipio de Querétaro y al de El Marqués. Es decir, en el ámbito federal el PRI obtuvo un porcentaje de votos menor al del PAN. En cambio, en el ámbito local los resultados favorecieron al PRI con porcentajes de diferencia significativamente mayores. La similitud de resultados alude a un tipo de elector duro sobre todo en el caso del PAN, pero no nos permite asegurar cual de las dos elecciones comanda el proceso electoral de 2009.

Para tener una visión más completa del panorama federal, si comparamos los resultados anteriores, el PAN en Querétaro sólo perdió 5% entre 2003 y 2009; el PRI no registró avance, si acaso se puede decir que recuperó lo perdido en 2006, como se puede observar en el cuadro siguiente.

Cuadro 2
Resultados de las elecciones federales en Querétaro de 2003 a 2009

2003		2006		2009	
PAN		PAN		PAN	
223,410	43.41%	312,502	47.93%	262,284	38.57%
2003		2006		2009	
PRI/PVEM		PRI/PVEM		PRI	
194,974	37.55%	162,505	25.14%	258,693	37.98%

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del IFE, los datos del 2009 se refieren a los cómputos distritales.

De esta manera, los factores nacionales serán dejados de lado y en este capítulo solo se abordarán los factores locales coyunturales que explican el cambio en la correlación de fuerzas entre el PRI y el PAN en la elección de gobernador.

Los procesos de elección de candidatos y las campañas electorales

Los procesos de selección en el PAN:
“se hizo todo lo posible por perder”

El proceso de consolidación y fortalecimiento que el PAN había desarrollado desde 1997 sirvió de base para que los panistas confiaran en que la elección del 2009 sería una ratificación de su fuerza electoral en el estado;¹ consideraban que los resultados de los procesos internos serían definitivos y que la campaña constitucional sería un mero trámite. Esta circunstancia propició que la lucha por las candidaturas al interior del PAN fuera tan agresiva como si fuera constitucional y, que a su término, dejara a un partido no sólo dividido sino muy lastimado y polarizado.

Todos los procesos internos de selección suelen provocar una polarización; pero en el caso de Querétaro este proceso adquiere matices adicionales por la pugna existente en la entidad entre dos grupos rivales: el primero es denominado “las familias custodias”, éste representa a los panistas que solventaron al partido en los años en los que la victoria electoral era prácticamente imposible;² el segundo grupo es denominado los “neopanistas”, este representa a los que se acercan al partido después de la victoria de 1997.³

1 De hecho no solo los panistas llegaban a esta conclusión, muchos analistas políticos incluyendo a la autora del texto, consideraban que el PAN refrendaría su dominio en el estado.

2 Para un análisis histórico de la formación de Acción Nacional en Querétaro, véase: Martagloria Morales Garza, “El origen de Acción Nacional en Querétaro (1940-1980)”, en Blanca Gutiérrez Grageda, Martagloria Morales Garza y Evaristo Martínez Clemente, 2008, *La Construcción de la Democracia en Querétaro: 1824 – 1991*. Universidad Autónoma de Querétaro e Instituto Electoral de Querétaro, Querétaro, México.

3 Por supuesto esta clasificación es una simplificación, en realidad algunos de los militantes e incluso can-

Esta división también remite a contenidos ideológicos y políticos. Mientras los primeros tienen un perfil católico militante con cierto nivel de intolerancia, los segundos mantienen sus posiciones religiosas en el ámbito personal. Sin embargo, además de los matices ideológicos que evidentemente explican las diferencias, la lucha por el poder político y por el posicionamiento dentro del partido es una arista que no debe ser olvidada para entender este conflicto. Es justamente el primer grupo el que tiene el control del partido y del gobierno del estado, por lo menos en los últimos seis años. Anteriormente, durante la gestión del gobernador Ignacio Loyola Vera (1997-2003) el poder de los grupos estaba equilibrado. Mientras los primeros tenían el control de la presidencia municipal de Querétaro y el control del partido, los segundos tenían el control del gobierno del estado.

Todos los procesos de selección fueron muy agitados en 2009, pero dos de ellos marcaron el rumbo de la polarización del partido. Las elecciones de candidatos para la gubernatura y para la presidencia municipal de la capital; ambos procesos iniciaron un año antes de la elección constitucional. Los procesos fueron tan tensos y tan complicados que la dirigencia nacional “designó”⁴

didatos de reciente militancia se sienten más cercanos a las posturas de las familias custodia pues con ellos se formaron dentro del PAN. A su vez, dentro de este grupo existen por lo menos dos subgrupos, los que detentaron el poder durante los doce años de gobierno del PAN y los que fueron desplazados y, en algunos casos, cobijados por los militantes de reciente arribo. Sin embargo, después de la derrota constitucional, las divisiones internas se están polarizando aún más y probablemente el esquema arriba planteado se convierta en realidad.

4 Los estatutos de Acción Nacional fueron modificados en 2008, uno de los aspectos centrales del cambio tiene que ver con la aparición de la Comisión Nacional de Elecciones y sus réplicas Estatales y Municipales. La Comisión Nacional estaba integrada por siete comisionados nacionales a propuesta del Presidente Nacional y electa por mayoría del Consejo Nacional del Partido y las estatales y municipales son nombradas por la propia Comisión Nacional. El objetivo de esta comisión es ser responsable de todo lo asociado a lo electoral, pero particularmente vigilar los procesos internos de selección de candidatos del partido y en su caso aplicar las excepciones planteadas en el artículo 43 de los estatutos del parti-

a los candidatos a diputados federales con la esperanza de que estas candidaturas quitaran presión sobre la elección de candidato para la gubernatura; sin embargo, esto no funcionó, si acaso sirvió para eliminar un candidato a la presidencia municipal de la capital y para modificar la correlación de fuerzas al interior del partido.

Los dos precandidatos más importantes⁵ para la gubernatura del estado habían sido presidentes municipales de Querétaro: Manuel González Valle (2006-2009) y Armando Rivera Castillejos (2003-2006). El primero pertenecía al grupo de los católicos militantes, tenía una trayectoria política escasa y gris, pero claramente estaba subordinado a este grupo. El segundo estaba vinculado al grupo de los neo panistas pues su arribo al partido fue con Ignacio Loyola, el primer gobernador del estado emanado de Acción Nacional; Armando Rivera también tenía vínculos con los empresarios queretanos, particularmente con el capital inmobiliario y con los concesionarios de la Coca Cola en la entidad.⁶

do, el cual se refiere a la designación o a la elección abierta de los candidatos. Como dato interesante, Querétaro fue la única entidad gobernada por Acción Nacional donde se designaron las candidaturas para los cuatro distritos federales, esto ciertamente es un signo del nivel de conflicto existente al interior de este partido en Querétaro. También fueron designados, en el último momento, los candidatos a presidentes municipales de San Juan del Río, Corregidora y El Marques, los tres municipios más importantes en términos de población después del municipio capital. Con el cambio estatutario el Comité Ejecutivo Nacional tiene autoridad para designar a los candidatos, previa opinión “no vinculante” de la Comisión Nacional de Elecciones.

5 En realidad se postularon originalmente cuatro candidatos, Héctor Lugo, quien fuera Secretario de Agricultura del actual gobierno, este fue removido por el gobernador Francisco Garrido por adelantar el proceso de sucesión. Jorge Rivadeneyra Díaz, Presidente Municipal, con licencia, de San Juan del Río y Armando Rivera Castillejos. El primero se retiró para darle su apoyo a Armando Rivera y los tres restantes contendieron en la elección interna.

6 Durante su gestión como presidente municipal se dio un impresionante crecimiento de la mancha urbana producto del cambio del uso del suelo aprobado por el cabildo, esto favoreció los intereses del capital inmobiliario de manera muy significativa. Armando Rivera fue empleado de la Coca Cola Querétaro

El conflicto entre Armando Rivera y el grupo hegemónico del PAN fue tan profundo que algunos militantes del partido solicitaron la expulsión del exalcalde y se promovió que el Instituto Electoral del Estado castigara al partido por la campaña política iniciada antes de tiempo por este mismo;⁷ esto último sí sucedió, pero lo primero fue revertido en el ámbito nacional. Los rumores de posibles alianzas entre Armando Rivera y diferentes partidos pequeños de la entidad llenaron el escenario político durante todo un año e incluso días antes del cierre de registro de candidatos a presidentes municipales, pues todos tenían claro que el grupo hegemónico en el PAN no lo dejaría ser el candidato.⁸

Durante el proceso de precampaña, Armando Rivera no se cansó de afirmar que las elecciones internas estaban cargadas, que no había equidad y denunció permanentes presiones del gobierno hacia los militantes y funcionarios. Sin embargo, el 19 de abril, al cierre del proceso interno de elección, reconoció el triunfo contundente de Manuel González Valle. Aunque Armando Rivera aceptó los resultados, el conflicto no terminó, pues durante la campaña constitucional gente muy allegada a este político presentó su renuncia a Acción Nacional y apoyó la candidatura de José Calzada.⁹

hasta que llegó a la presidencia municipal de la capital, después constituyó una empresa de publicidad.

7 Particularmente la denuncia se refiere al uso de espectaculares con la figura de Armando Rivera deseando Feliz Navidad a los queretanos.

8 Unos días antes del cierre del registro de candidaturas, la prensa anunció que Armando Rivera sería el candidato a la Presidencia Municipal por la Coalición PRI/PANAL, dos días duró el rumor el cual fue desmentido por el propio Rivera después de ser llamado por el Comité Ejecutivo Nacional de su partido, obviamente no se sabe que fue lo que pasó en México, pero Armando declaró que no se saldría de su partido. Sin embargo, la propuesta de alianza existió y por lo menos un sector del PRI estaba de acuerdo en ella.

9 Por lo menos cinco connotados panistas muy vinculados a Armando Rivera renunciaron a Acción Nacional y se pronunciaron a favor de José Calzada: el dirigente de Jóvenes con Armando; los exdelegados de Félix Osores y Carrillo Puerto; Ramón Soto, quien fuera miembro del gabinete municipal y,

El proceso interno para seleccionar al candidato a la Presidencia Municipal de Querétaro, resultó, en los hechos, mucho más reñido y provocó más fracturas entre los panistas. Inicialmente había una gran lista de interesados, pero al final se mantuvieron sólo tres candidatos: en primer lugar, Guadalupe Murguía, en ese entonces Secretaria de Educación del Gobierno del Estado. Esta había sido compañera de estudios del gobernador Francisco Garrido y también se había desempeñado como secretaria de gobierno durante la gestión de Ignacio Loyola Vera. Guadalupe Murguía había sido cercana al grupo de los neo panistas y, con esta ocasión, tres veces candidata al mismo puesto. En segundo lugar, Francisco Domínguez, en ese entonces era diputado federal, había sido presidente de la Asociación Ganadera del Estado. Aunque era de muy reciente arribo al partido, era muy cercano al grupo de Francisco Garrido.

En tercer lugar contendía Arturo Maximiliano García, joven militante que ingresó a las filas de este partido en 2000, había sido diputado local (2003-2006), pretendió ser diputado federal plurinominal en 2006 pero no lo logró. Su perfil político le permitía tener alianzas con los dos grupos.

Según la prensa, Guadalupe Murguía y Arturo Maximiliano habían hecho un acuerdo para que, en caso de una segunda vuelta, el que ganara menos votos de ellos dos apoyaría al otro (de ellos dos). Sin embargo, este escenario no llegó a presentarse, pues después de una larga reunión en México con el Comité Ejecutivo Nacional, Arturo Maximiliano declinó su postulación y

por último, la exdiputada suplente Rebeca Mendoza. Cfr. *Diario de Querétaro*, 16 y 19 de junio de 2009. Ramón Soto en sus declaraciones afirmó que con él se iban 5,000 panistas para apoyar la candidatura de José Calzada. Pasado el proceso electoral, doce panistas fueron expulsados de Acción Nacional por hacer actos de proselitismo por otros partidos políticos; todos ellos eran cercanos a Armando Rivera. Cfr. *Diario de Querétaro* 12 de agosto de 2009.

fue designado candidato a diputado por el III distrito federal (correspondiente a una parte del Municipio de Querétaro). Por este motivo, la alianza prevista entre Maximiliano García y Guadalupe Murguía no sólo se canceló sino que, por el contrario, el equipo del candidato a diputado se alió con Francisco Domínguez. Este último resultó triunfador en los comicios internos después de una elección muy reñida.¹⁰

Evidentemente no fueron las únicas elecciones reñidas ni los únicos procesos internos complejos, el proceso de selección fue tan complicado que finalmente el Comité Ejecutivo Nacional designó a los candidatos a presidentes municipales de Corregidora, San Juan del Río y El Marqués. Estos tres municipios eran los más importantes del estado, en términos de concentración de población, después de la capital. También fueron designados los candidatos a diputados locales de estas demarcaciones. En todos estos casos los candidatos panistas perdieron.

A pesar de lo desgastante de estos procesos de selección no se realizaron, o por lo menos no trascendieron públicamente, iniciativas para recomponer a los grupos al interior del partido. A pesar de este contexto, a mediados de mayo, el dirigente nacional del PAN, en una gira que hizo por Querétaro para acompañar a Manuel González Valle, declaró a los medios de comunicación que su partido veía el triunfo del PAN en la entidad sin problemas.¹¹ No sólo eso sino que, además, durante todo el mes de junio, la propaganda casi diaria del PAN repetía el lema de que el PAN ganaría 2 a 1 en la gubernatura;

¹⁰ Según los datos proporcionados a la prensa, Francisco Domínguez obtuvo el 56% de los votos y Guadalupe Murguía el 44%. Sin embargo, el partido se fracturó, la esposa del Gobernador ofreció una declaración interesante: “No perdimos nosotros perdió Querétaro” *Tribuna de Querétaro* 20 de abril de 2009, p.11. Sin embargo, hay que reconocer que el comportamiento de Guadalupe Murguía fue estrictamente institucional, ella regresó a su puesto y no hizo ningún tipo de declaraciones a la prensa.

¹¹ *Diario de Querétaro* 30 de mayo de 2009.

en algunas ocasiones este mensaje se publicaba en una plana completa de los diarios locales.

En el ámbito local se publicaron resultados de varias encuestas, la mayoría de ellas favorables al PAN; éstas fueron publicadas por el propio partido como parte de su propaganda electoral. En todas estas encuestas el margen de victoria del PAN era de 20%. En cambio de las tres encuestas que mostraron resultados favorables al PRI, dos de ellas daban resultados de empate técnico, sólo en una el PRI obtenía el triunfo con un margen de 15%.¹²

Un dato que expresa el nivel de confianza del PAN en los resultados favorables de la elección para la gubernatura de Querétaro, es que no se hicieron públicas encuestas de firmas nacionales con prestigio sobre las prospectivas electorales en Querétaro. Esto a pesar de que para las otras entidades federativas donde estaban en pugna las gubernaturas si fueron publicadas sendas encuestas preelectorales. Es plausible pensar que el PAN estaba muy seguro

12 El 26 de junio el PAN pagó una plana completa del *Diario de Querétaro* donde enlistaba los resultados de cinco de las encuestas “serias”, todas ellas daban 20 puntos de ventaja a Manuel González Valle. La seriedad de las encuestas es muy relativa pues ninguna de las encuestas referidas fue realizada por una casa encuestadora sino más bien por medios de comunicación, *Diario de Querétaro*, *Milenio* y Canal 11. El PAN argumentaba que eran serias pues habían sido validadas por el IEQ. La validación del instituto electoral es muy cuestionable, pues solo revisa que cumplan algunos requisitos como tener vitrina metodológica. Estos requisitos pueden ser satisfechos aunque en la realidad la encuesta no se haya ceñido a ellos. El PRI nunca publicó directamente una encuesta, tres encuestas locales favorecieron al PRI, una elaborada por un maestro de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAQ que solo encuestó a la población entre 18 y 40 años del municipio de Querétaro y sus resultados arrojaban un empate técnico aunque el PRI marca la delantera con 2%. El Colegio de Economistas de Querétaro publicó una encuesta donde José Calzada del PRI lleva la delantera con 54% y el PAN quedaba con 38%. Finalmente un medio de comunicación marginal también publica una encuesta con resultados favorables al PRI. En diciembre antes de conocer los nombres de los candidatos del PAN, el *Diario de Querétaro* reporta que este partido cuenta con el 47% de las preferencias y el PRI 22%. En abril este diario reporta una encuesta donde el PAN mantiene el 45% de las preferencias y el PRI queda en 25%; es decir, reporta una ligera caída del PAN y un aumento casi proporcional del PRI.

de su triunfo y por esa razón no mandó hacer encuestas específicamente para Querétaro, o que el propio partido u otra instancia pagó para que no fueran publicadas estas encuestas, en caso de haberlas. En una entrevista con un candidato de Acción Nacional este afirmó: “que si Manuel hubiera pensado que tenía posibilidades de perder habría cambiado muchas cosas en su campaña”. Esto sirve para mostrarnos cómo el nivel de confianza altera las estrategias de campaña.

Después de múltiples entrevistas entre priístas y panistas no se tiene información suficiente para afirmar si hubo o no encuestas serias para el caso de Querétaro, pero el comportamiento de los panistas más bien refleja que no fueron realizadas porque sentían que los resultados electorales les serían claramente favorables. Esto sin duda afectó el proceso de selección, pues se pensó que los disidentes del propio partido no tendrían efectos electorales y también afectó la propia campaña pues la estrategia, como se verá más adelante, nunca fue para llamar a votar o para ganar nuevos electores

Los procesos de selección en el PRI

En las contiendas anteriores el PRI había mostrado una extraordinaria incapacidad para encontrar consensos lo cual propició que muchos candidatos en las campañas internas rompieran con este partido y se postularan por otro.¹³ A contracorriente de esta tendencia, en 2009 logró que el proceso interno no solo para gobernador sino también para presidentes municipales no generara rupturas públicas muy evidentes. En una entrevista realizada con José Calzada, candidato a la gubernatura por el PRI, éste nos comentó dos innovaciones que se hicieron en este proceso interno: en primer lugar se levantaron encuestas para detectar a los candidatos municipales más conocidos en sus respectivas comunidades y se respetaron estos resultados. Sólo un precandidato no aceptó los resultados, pero no generó ninguna consecuencia electoral. La segunda innovación en este proceso de selección, según José Calzada, fue que él no trató de imponer candidatos, por ello, de entrada declaró: “yo nada más quiero ser candidato a gobernador, todo lo demás que lo resuelva el partido.”¹⁴ Es decir, aparentemente renunció a ejercer presión para lograr que su grupo político ocupara candidaturas electorales.

13 En la campaña del 2006 en nueve municipios del estado los aspirantes priistas no beneficiados se postularon por otros partidos. Esto sucedió en Amealco, Corregidora, El Marqués, Pedro Escobedo, Peñamiller, Pinal de Amoles y San Juan del Río donde los pre candidatos priistas contendieron por el PRD; en el caso de Colón y Jalpan los disidentes priistas lo hicieron por Convergencia. Cfr. Ana Díaz Aldret, “Elecciones, pluralización y estabilidad del sistema de partidos en Querétaro” en *Procesos Electoral del 2006, Ciudadanos, partidos Políticos y órganos Electorales en la democracia de Querétaro*, IEQ, Querétaro, 2006. En todos estos casos con excepción de Amealco y Peñamiller, las contiendas fueron ganadas por el PAN, no tanto por un aumento en su fuerza electoral, sino por el aumento de la fuerza electoral del PRD o de Convergencia con la consecuente disminución de votos priistas.

14 Entrevista realizada con el José Calzada, candidato a gobernador por la coalición PRI-PANAL, sábado 4 de julio de 2009.

Desde 1991 el Partido Revolucionario Institucional modificó sus estatutos y planteó diferentes alternativas para la selección de candidatos a puestos de elección popular. Entre ellas, las elecciones por los comités municipales o estatales y por elección abierta a la militancia del partido. También desde ese momento las rupturas o fisuras al interior del partido se volvieron más públicas, los agravios fueron mayores y, por lo tanto, más difíciles de resolver.¹⁵

El caso de Querétaro no fue la excepción, desde 1991 las fracturas al interior del PRI se fueron agudizando.¹⁶ Puede asegurarse que incluso la selección interna en 1997 fue tan compleja que propició que el hermano del candidato a gobernador se lanzara por otro partido (PC). Lo mismo sucedió en el 2003 cuando nuevamente se lanzó Fernando Ortiz Arana como candidato del Revolucionario Institucional para la gubernatura. De esta manera, el proceso de 2009 significó un cambio radical en la historia del PRI en Querétaro.

Ciertamente el proceso de selección de candidatos en 2009 fue radicalmente diferente a lo que había sucedido en 1997 y en 2003. Sin embargo, analizando las listas de candidatos de este partido en 2009, se puede apreciar que los grupos reaparecen con mucha claridad. Destaca claramente el grupo del exalcalde Jesús Rodríguez, este político había competido por la candidatura de gobernador y, finalmente, se retiró cuando se le aseguró una diputación federal plurinominal. Esta facción aparece de manera muy clara en los municipios de Querétaro, Toliman, Colon, Peñamiller, El Marques,

15 No solo los procesos internos propiciaron las rupturas, también la existencia de otros partidos ganadores de elecciones fueron incentivos positivos para estas rupturas.

16 En 1991 este proceso generó en el municipio de Colon una ruptura. En 1994 sucedió lo mismo en los municipios de Amealco y Toliman y casi ocurre en el de Peñamiller, Cfr. Martagloria Morales Garza y Selva Daville, 1997, "Querétaro", en Silvia Gómez Tagle (coordinadora), *1994: las elecciones en los estados*, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, La Jornada Ediciones, México.

Corregidora y San Juan del Río. Es decir el grupo opositor a José Calzada tenía las candidaturas para las alcaldías más importantes del padrón electoral. Esto sin duda significó un gran riesgo para el propio Calzada quien, además, centró su campaña en estos municipios. Sin embargo, este dato muestra que el nivel de acuerdo entre los grupos de priístas fue mucho más serio que en los años anteriores, pues el candidato a gobernador no impuso sus candidatos en los municipios estratégicos.

No existe duda que se establecieron acuerdos, por lo menos, entre José Calzada y Jesús Rodríguez; pues los nombres sobre los que recayeron las candidaturas así lo expresan. Sin embargo, lo importante es destacar el cumplimiento de acuerdos porque en 1997 y en 2003 hubo acuerdos pero estos no fueron respetados. La investigadora Joy Langston¹⁷ (1999) afirma que en ausencia del “*Leviatan Local*”, como ella denomina a los gobernadores priístas, el partido enfrenta serios problemas para mantener la unidad, básicamente por dos razones: por un lado, la disminución de incentivos selectivos para distribuir entre los precandidatos no seleccionados; por otro lado, a partir de la alternancia *los otros* partidos aparecen como vehículos reales para alcanzar el poder, esto propicia que los disidentes internos se escindan y se postulen por otro partido. La propia Langston analiza cuatro casos, en los cuales, dos priístas son capaces de recuperar el gobierno del estado después de la alternancia y en los otros dos casos esto no se logra. Aunque el caso de Querétaro, no es analizado por la autora, sus premisas pueden ser aplicadas a este caso.

17 Langston, Joy. 1999. “No More Local Leviathan: Rebuilding the PRI’s State Party Organizations”. *Cuadernos del CIDE*, División de Estudios Políticos. México.

La imposibilidad del PRI, por lo menos hasta 2009, de lograr la unidad entre sus grupos y por lo tanto de incrementar su posibilidad de recuperar el gobierno del estado, estaba asociada básicamente a la existencia de varios liderazgos fuertes. Algunos de ellos tenían arraigo y recursos locales (políticos, de información y económicos) estos eran los casos de Enrique Burgos y Jesús Rodríguez; mientras que otros tenían presencia nacional y, por tanto, recursos nacionales (son los casos de Mariano Palacios y Fernando Ortiz Arana). Los cuatro son liderazgos fuertes, no reconocen jerarquías entre ellos y tienen una larga historia de agravios que se han propinado entre sí. A diferencia de las otras dos ocasiones, en 2009 intervinieron en la disputa dos actores nacionales (Manlio Fabio Beltrones y Enrique Peña Nieto) que tenían una jerarquía superior a estos líderes queretanos. Estos dos importantes precandidatos presidenciales obligaron a los cuatro liderazgos queretanos a sentarse a la mesa de la negociación.

En agosto de 2008, José Calzada organiza una fiesta de cumpleaños y asisten estas dos personalidades nacionales; ambas se pronuncian a favor de su candidatura. Este fue el punto de inicio del proceso de construcción de consensos. Ciertamente a diferencia de otros años, el candidato a gobernador no quiso imponer a su grupo político en todos los espacios disponibles, es más, permitió que su opositor nombrara los candidatos para las alcaldías de los principales municipios del estado. Quizá con excepción del caso del municipio de Querétaro, donde Calzada impulsó una alianza con el PANAL con la idea de poder presentar a Armando Rivera (militante panista) como candidato de esa coalición, candidatura que al final no se pudo concretar.¹⁸

18 Los estatutos del PRI prevén que cuando este partido haga alianzas o coaliciones los candidatos pueden ser designados y no electos, gracias a ello, evidentemente no tendrán obligación de cumplir con los requisitos estatutarios. Originalmente el candidato de José Calzada era Juan Antonio Torres Landa, empresario de filiación priísta

Sin embargo, el proceso no fue tan fácil como aparenta: Jesús Rodríguez mantuvo su registro como precandidato a la gubernatura del estado y logró que la elección se realizara dentro del Consejo Político Estatal; esto complicaba las posibilidades de José Calzada para alcanzar el triunfo interno. Muy cercano a la fecha de la elección interna, el 29 de marzo de 2009, Jesús Rodríguez declina después de ser colocado en el sexto lugar de la lista plurinominal de la segunda circunscripción y de garantizar candidaturas para los miembros de su grupo político.

A pesar de este reparto, en el que se incluyó también una regiduría plurinominal para el hijo de Fernando Ortiz Arana en el municipio de Querétaro, hubo algunos conflictos preelectorales menores para la contienda de gobernador: los casos de Amealco y Colón. Estos, resultaron decisivos en la derrota electoral del Revolucionario Institucional en estos municipios. El caso de Amealco, tiene una larga historia de fracturas al interior del PRI que se inicia en 1997, se profundiza en 2006 y se prolonga hasta 2009. En este último caso dos expresidentes municipales se cobijan en Convergencia para lanzar la candidatura de uno de ellos; esto disminuyó la votación del PRI y permitió el triunfo de Acción Nacional. El caso de Colón es muy similar, pues las fracturas del PRI son de viejo cuño y también porque el partido que cobija a los disidentes del PRI es Convergencia.¹⁹ Aun así los casos de conflicto no

y seguramente un excelente candidato a la presidencia municipal de Querétaro en ese momento. Sin embargo, se retiró de la contienda, según la interpretación de algunos medios, Torres Landa no estaba dispuesto a entrar a una contienda interna sino que esperaba ser un candidato de unidad y por lo tanto se retira del proceso afirmando "Las cosas no se dieron como pensaba, pero me sumaré a quien sea el candidato".

¹⁹ Resulta interesante analizar el papel de Convergencia en la derrota del PRI en algunas presidencias municipales. En realidad no es extraño pues la dirigencia de Convergencia en la entidad se integra con expriistas; uno de ellos, Marco Antonio León, figura central de este partido en la entidad, tiene un fuerte resentimiento con el PRI. Sin embargo, seguramente logrará un acuerdo con el gobierno de José Calzada. Además dado el empate de fuerzas entre el PRI y el PAN en la legislatura, el voto de Convergencia puede ser la diferencia.

tuvieron presencia en la prensa y se puede afirmar que el electorado no tomó nota de ello; en cambio, los conflictos al interior del PAN llenaron las páginas de los periódicos y llegaron a los ciudadanos comunes.

A pesar de que los conflictos internos no fueron muchos, las campañas priistas por la gubernatura, las de los ayuntamientos y las de los diputados locales no siempre estuvieron coordinadas. Sin embargo, lo que sí es posible afirmar es que nunca estuvieron enfrentadas. Quizá sólo cabe destacar la queja de algunos candidatos de la Sierra Gorda, quienes se quejaban de la escasa presencia del candidato José Calzada en esta región. Esto también podría ser el factor que explicaría la derrota del PRI en el ámbito municipal en esta región.

Los procesos de selección en los otros partidos

En realidad los otros partidos incluyendo al PRD no son muy significativos en términos electorales, más bien juegan un papel de comparsas; en algunos casos con el PAN y en otros casos con el PRI. Convergencia aprovecha cualquier fisura del PRI para hacer suya la candidatura del derrotado y, aunque no siempre gana las elecciones, en todos los casos sirve para apoyar una derrota del PRI.

En el caso del PRD los conflictos se dejaron ver de manera muy dramática en el caso de Tequisquiapan, en donde el candidato ganador en la interna fue impugnado por la propia dirección estatal del partido; el Tribunal Electoral resolvió a su favor tres días antes de la elección, por supuesto el PRD perdió las elecciones constitucionales y las ganó el PAN. Otra muestra del nivel de

crisis al interior de este partido es la declinación de su candidato a la presidencia municipal de Querétaro, al final de las campañas (25 de junio de 2009), a favor del PRI.

Quizá el partido de izquierda que se comportó de manera más honrosa fue el PT. Nombró candidatos ciudadanos prácticamente en todos los puestos de elección disponibles, tanto en los de mayoría como en los de representación proporcional; eligió candidatos con presencia social y con actividades vinculadas a las luchas sociales; sin embargo, la falta de recursos, una estrategia de campaña muy centrada en los sectores medios y, quizá la polarización que la elección de gobernador generó, impidió que este partido obtuviera el 3% requerido para obtener espacios de representación proporcional y el registro estatal.

Las campañas

En la campaña nacional el PAN optó por una campaña agresiva y negativa, podría citarse como ejemplos claros de esta estrategia a los promocionales “sopa de letras” y “relaciona las columnas”. En cambio, en Querétaro la campaña del PAN no solamente no fue agresiva sino que fue pasiva frente a una campaña fuertemente negativa que se propagó en la Internet. Durante meses antes de las campañas y durante las mismas, Manuel González Valle, el candidato panista para la gubernatura fue criticado por corrupción en obras municipales y por nepotismo; sin embargo, ni siquiera negó las acusaciones y, como si se tratara de un chiste de mal gusto, mantuvo su eslogan de campaña que decía: “Vamos por más”.

La campaña de Acción Nacional en los medios impresos se basó en la promoción de las supuestas encuestas que afirmaban que este partido tenía una ventaja de dos a uno en las elecciones. Planas completas de los diarios más importantes de la entidad fueron cubiertas por este slogan de campaña de manera diaria durante todo el mes de junio.

En la última semana,²⁰ posiblemente ya con información de encuestas que no fueron publicadas, acerca de la declinación de la fuerza electoral de su candidato, el PAN lanza una campaña negativa, al estilo nacional, pero ésta ya no tiene ningún efecto. La campaña panista en los medios decía: “No dejes que la delincuencia se instale en Querétaro... Si quieres mantener a Querétaro seguro vota PAN”. En cambio el PRI utilizó la campaña negativa casi desde el principio del proceso; es importante mencionar que la campaña negativa no se asocia a José Calzada sino al PRI.²¹ Esta diferencia es sutil pero importante. El IEQ resuelve una sanción contra el PRI por denostar al contendiente el 20 de junio; sin embargo, la campaña negativa se había iniciado a principios de junio. Después de la sanción, el PRI cambió los espectaculares pero mantuvo la campaña negativa, pero ahora le imprimió más sentido del humor: “si les gustan los aviones que se vayan a volar”. Esto era una clara referencia a una investigación que mostraba como el avión asignado al gobierno del estado había sido usado por funcionarios del gobierno de Francisco Garrido para ir de compras a los Estados Unidos.

20 Cfr. *Diario de Querétaro*, 25 y 28 de junio,.

21 En la entrevista sostenida con el José Calzada y en la conferencia ofrecida por el estratega de la campaña Ibinarriaga (13 de agosto de 2009), ambos sostienen que la campaña para gobernador en Querétaro no está centrada en la figura del PRI, sino en la de el candidato. Uno de los lemas más fuertes de la campaña fue “Un Querétaro sin colores”, que como el propio José Calzada afirma, “fue un lema muy arriesgado, pues los priístas podrían protestar, sin embargo fue bienvenida, sobre todo por los jóvenes y las mujeres”, a decir del entrevistado.

Las campañas de los dos candidatos a gobernador fueron prácticamente opuestas. Mientras el priista se mantuvo en la capital y en los municipios conurbados y San Juan del Río, el candidato del PAN pasó una gran parte del tiempo de campaña en la Sierra Gorda y el semidesierto; esto último pudo tener un costo estratégico pues la población de estas dos regiones representa menos del 20% del padrón del estado. Mientras que José Calzada salía muy poco en la prensa y en la radio (su campaña era más bien de *tierra*), en el caso del candidato de Acción Nacional la campaña fue básicamente en los medios y en los espectaculares (*campaña aire*).

El análisis de una campaña electoral requiere de una metodología muy puntual y este no es el espacio para hacerla, sin embargo, se puede afirmar que la campaña de José Calzada y, en general, la del PRI fue una campaña bien organizada y concebida por profesionales. Estos últimos seguramente se propusieron una campaña muy agresiva, muy innovadora pues no tenían nada que perder y todo por ganar. En cambio la campaña del PAN fue una campaña conservadora, pues tenía mucho por perder; pero sobretodo estaba basada sobre la idea de la certeza de que iban a ganar. No contrataron a profesionales para organizar la campaña; por lo menos no se notó la presencia de estos. Esta campaña fue improvisada, no hubo coordinación entre la campaña del gobernador y las de diputados locales o federales. Como muestra del nivel de desorganización, se pueden mencionar las críticas al interior de Acción Nacional, las cuales afirman que el 50% de las casillas no tuvieron representante del partido.

El efecto que una campaña desorganizada y con estrategias equivocadas puede tener en los resultados electorales es muy difícil de cuantificar, pero

hay algunas claves que son importantes y ha sido demostrado su impacto en otros procesos. Primero, la campaña de Acción Nacional con intención o sin ella, no llama a votar, pues al centrar su campaña en la certeza (“ganaremos dos a uno”) resta incentivos a los ciudadanos para salir a votar, pues su voto no hará la diferencia. Segundo, cuando no se desmiente la campaña negativa se deja sin elementos a los nuevos electores jóvenes para que conozcan la diferencia entre un gobierno panista y otro priista. Tercero, al asumir que los candidatos internos derrotados (los cuales concentraban su fuerza electoral en Querétaro y la zona conurbada) no tenían fuerza suficiente para afectar los resultados electorales se descuidó la campaña y las alianzas estratégicas con los candidatos de los municipios del corredor Corregidora-San Juan del Río. En lugar de esto se centró la campaña en la región menos poblada del estado. Como veremos más adelante, con el análisis de los resultados electorales, estas tres claves son fundamentales para entender la derrota de Acción Nacional.

Los elementos anteriores se vigorizan cuando la campaña del rival es justamente contraria; es decir, una campaña bien organizada, con una estrategia electoral definida desde el principio, sin fracturas al interior del partido, una campaña que llama a votar (“vota con fuerza” y “si se puede”) y que asume riesgos porque no tiene nada que perder. La combinación de estas dos campañas es quizá lo que más impactó en los electores.

El comportamiento de los electores en la elección de gobernador

Desde 1997 hasta la fecha actual el comportamiento de los electores se ha vuelto más complejo; muestra de ello son los estrechos márgenes de victoria entre el PRI y el PAN en las elecciones para gobernador. En cambio, en el ámbito municipal, se detectan tres comportamientos. Primero, municipios donde el predominio del PAN se consolida, con márgenes de victoria amplios y con índices de volatilidad muy bajos; el municipio que mejor refleja este tipo de comportamiento es Querétaro capital. Segundo, otro grupo de municipios con altos niveles de volatilidad, donde se presentan márgenes de victoria electoral muy estrechos y donde los triunfos son muy inciertos; los municipios que mejor caracterizan este comportamiento son Amealco, Cadereyta, Ezequiel Montes y Landa de Matamoros. En tercer lugar está un grupo de municipios en los cuales todos los indicadores se comportan en la media del estado, es decir municipios promedio.

Este comportamiento diferenciado de la elección de gobernador con respecto al de los ayuntamientos también se expresa en el número de partidos. Mientras que en la elección de gobernador el número efectivo de partidos es un poco más de dos, en la elección de ayuntamientos el promedio sube a casi cuatro en 2009. Esto evidentemente está asociado a los incentivos que otorga la ley electoral del estado para que los partidos pequeños participen en elecciones donde existe representación proporcional (ayuntamientos y diputados); sin embargo, también refiere a la existencia de distintos tipos de electores, con diversas preferencias electorales; las cuales registran de manera

diferente el impacto del candidato, más allá del partido, en las elecciones de ayuntamientos.

Esto es justamente lo que explica que en 2009 el PRI haya ganado la gubernatura, pero que el PAN se mantenga como la fuerza electoral con más municipios gobernados (nueve).

Asegurar la distribución en la orientación del voto de los nuevos electores así como de aquellos que se decidieron a votar en esta elección y no lo hicieron en la de 2003 (21,117 ciudadanos) es imposible sin una encuesta estatal. Sin embargo, un análisis en detalle de los votos para cada uno de los partidos, así como los votos diferenciados, nos permite llegar a algunas conclusiones de carácter preliminar.

El cuadro 3 compara las elecciones de gobernador de 1997, 2003 y 2006, en este cuadro se puede apreciar que tanto el PRI como el PAN incrementaron su fuerza electoral entre 2003 y 2009. El PRI es el partido que registra un ritmo de crecimiento más alto en 2009, este es el elemento que explica su triunfo, lo interesante es entender de donde provino este crecimiento.

Cuadro 3
Resultados electorales comparado de la elección para la gubernatura de Querétaro en 1997, 2003 y 2009

	PAN	PRI	Votación Total	Lista Nominal
1997	207,667 (45.15%)	183,002 (39.78%)	459,982 (65.51%)	702,098
2003	238,348 (49.10%)	218,939 (41.98%)	521,591 (57.32%)	909,830
2009	288,355 (42.20%)	324,199 (47.44%)	682,929 (59.14%)	1,154,593

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del IEQ. En el caso de 2009 se refiere a los resultados de los cómputos distritales. El PRI compitió en 1997 sin alianzas, en 2003 en alianza con el PVEM y en el 2009 con el Partido Nueva Alianza.

El margen de victoria de 2009 es prácticamente el mismo que en 1997 pero en esta ocasión a favor del PRI. El PAN perdió la gubernatura pero no perdió votos, su incremento fue insuficiente comparado con el del PRI. El PAN sólo incrementó su votación en 50,000 electores entre 2003 y 2009; el PRI, en cambio, duplicó esa suma. El incremento de los votos totales fue de 161,338; de estos el 96% se orientaron hacia el PRI o el PAN, aunque en diferente proporción. Mientras el PAN obtuvo el 31% de estos nuevos votos, el PRI se quedó con el 65%; los otros partidos, con el 4% restante. Estos datos reflejan la estrategia de la campaña de los dos partidos: la del PAN que no llamó a votar y la del PRI que hizo lo contrario.

Si analizamos detenidamente los resultados electorales de 2009 (ver cuadro 4), podremos constatar que el margen de victoria en las elecciones municipales y en las de diputados es mucho más estrecho que el observado en la elección de gobernador, lo cual indica la existencia de un importante segmento de electores que diferenció su voto.

En 2003 el voto diferenciado²² en la elección de gobernador significó el 6.46% de los votos totales de esa elección. En el 2009 este porcentaje casi se duplicó, pues llegó a 11.95%; es decir de 33,733 se pasó a más de 80,000 electores. Adicionalmente, en 2003 el PAN logró obtener un mayor porcentaje de votos diferenciados que el PRI; en 2009 el comportamiento fue totalmente inverso.

El voto diferenciado puede expresar un voto estratégico, es decir significa votar por la segunda preferencia del elector pues la primera no tiene posibi-

²² El voto diferenciado se calcula como la diferencia entre los votos obtenidos por los partidos en la elección de gobernador y en la de diputados. El supuesto es que la elección de diputados refleja los votantes más duros de los partidos.

lidades de ganar o, por alguna razón, no se quiere que gane (este puede ser el comportamiento de los derrotados dentro de un partido político). También puede expresar una fuerte relación clientelar con el candidato independientemente del partido que lo postule. La diferencia entre estos dos comportamientos es difícil de distinguir, pero el nivel de desarrollo del municipio o la región donde se realice este voto puede ser una pista.

Cuadro 4
Elecciones locales comparadas Querétaro 2009

	PAN	PRI/Nueva Alianza	PRD	C	PSD	PT	PVEM	Nulos	Válidos	Total
Total Municipal	278,650	271,792	20,932	34,590	6,064	14,483	29,796	26,397	656,307	682,704
%	42.46	41.41	3.19	5.27	0.92	2.21	4.54	3.87	100.00	104.02
Total Diputados	257,685	272,959	20,466	36,554	7,126	14,411	43,220	31,153	652,421	683,574
%	39.50	41.84	3.14	5.60	1.09	2.21	6.62	4.56	100.00	104.77
Total Gobernador	288,450	323,916	12,864	9,763	2,322	7,501	15,170	23,310	659,986	683,296
%	43.71	49.08	1.95	1.48	0.35	1.14	2.30	3.41	100.00	103.53
Diferencias G/D	30,765	50,957	-7,602	-26,791	-4,804	-6,910	-28,050	-7,843	7,565	-278
%	10.67	15.73	-59.10	-274.41	-206.89	-92.12	-184.90	-33.65		

Fuente: Elaboración propia con los datos de los conteos distritales proporcionados por el IEQ, julio 2009.

Nota: Para efectos de la comparación entre las elecciones se supone que la coalición entre el PRI y el PANAL fue completa, cuando en realidad esto no fue así. La coalición funcionó para la candidatura a gobernador para los municipios de Querétaro, Amealco, San Juan del Río y Tequisquiapan y para dos distritos electorales.

Como se observa en el cuadro anterior, solo el PRI y el PAN tuvieron votos diferenciados positivos; los demás partidos los tuvieron negativos, es decir, los electores de estos partidos no votaron por su candidato a gobernador y diferenciaron su voto.

El caso de los electores de izquierda debe ser analizado de manera integral. En Querétaro los partidos de izquierda más estables de los últimos años fueron el PRD, PT y Convergencia. Sin embargo, en 2003 también estuvieron en el escenario electoral el Partido Alianza Social (PAS), el Partido de la Sociedad Nacionalista (PSN), y el Partido Fuerza Ciudadana (FC).²³ Todos estos partidos que de una manera muy flexible pueden ser considerados de izquierda obtuvieron en 2003 casi 51,000 votos en la elección de gobernador. En 2009 la fuerza electoral de la izquierda disminuyó sensiblemente y sólo obtuvo 30,000 votos; es decir, hay una pérdida neta de más de 20,000 votos, los cuales se pudieron ir hacia los votos nulos o hacia otro partido (PAN o PRI).

Adicionalmente, en la elección del 2009 los electores de estos partidos que hemos llamado de “izquierda” transfirieron más de 46,000 votos hacia un candidato a gobernador (del PAN o del PRI) que no era el de su partido. Se podría pensar que esta suma de votos se fue al PRI pues hay más cercanía ideología entre el PRI y la izquierda que entre esta y Acción Nacional, pero el comportamiento de Convergencia en el Estado permite pensar que un parte de sus electores pudieron transferir sus votos de gobernador hacia el PAN.

El comportamiento de los electores del Partido Verde también es difícil de definir, pues en algunos casos es posible pensar que trasfirieron sus votos hacia el candidato a gobernador del PRI, considerando la alianza nacional de estos dos partidos, así como la historia de alianzas locales entre el PRI y el PVEM,²⁴ pero también es cierto que la campaña política del Partido Verde en

23 Estos partidos tiene muy poca fuerza electoral y una vida efímera, en el 2003 Fuerza Ciudadana y PAS tuvieron candidato a Gobernador y el Partido de la Sociedad nacionalista solo tuvo candidatos a Diputados locales y, en un caso, candidato a Presidente Municipal.

24 La que fuera presidenta del Partido Verde y diputada local se manifestó públicamente a favor de la candidatura de José Calzada.

2009 atrajo a muchos electores muy conservadores y, por lo tanto, es posible pensar que un segmento de electores de este partido se haya inclinado hacia el PAN en la elección de gobernador.

De esta manera nos quedan dos bloques de electores de partidos pequeños: los que se inclinaron hacia el PRI serían el PRD,²⁵ el PT, el PSD y posiblemente una fracción de Convergencia y una fracción del Verde; mientras que aquellos que se inclinaron hacia el PAN, habrían sido de una fracción de Convergencia y de otra fracción del Partido Verde.

De esta manera, de los 100,000 votos que incrementó el PRI entre 2003 y 2009 la mitad de ellos pueden ser votos diferenciados; coincidentemente el candidato del PRI basó su campaña en la idea de una gran alianza. Esto se expresó en el lema “Un Querétaro sin Colores” que es una clara expresión de esta idea fuerza. Además, durante el periodo de campaña se registraron declinaciones de candidatos de otros partidos para sumarse a esta candidatura; así como pronunciamientos de militantes de otros partidos en el mismo sentido. Los otros 50,000 votos pudieron tener tres fuentes: los 20,000 votos que perdió la izquierda de 2003 a 2009; los electores que no votaron en 2003 y ahora si lo hicieron y, por último, los nuevos electores jóvenes, pues un elemento central de la campaña de José Calzada fue un papel muy activo de los jóvenes universitarios.

En el caso de los 50,000 votos adicionales de Acción Nacional, una buena parte de ellos serían los votos diferenciados del Partido Verde y de Convergencia; los 20,000 restantes corresponderían a los nuevos electores, es poco probable que estos votos sean de votantes que se abstuvieron en 2003

25 El candidato del PRD a la presidencia municipal de Querétaro se retiró y apoyó abiertamente la campaña del PRI.

y que en esta ocasión hubieran salido a votar por el PAN, pues la campaña del PAN no hizo un llamado en este sentido y, en todo caso, si salieron a votar, fue contra el PAN.

Un dato que nos permite acercarnos al perfil de los electores que transfirieron su voto, es el nivel de concentración que este voto tuvo en el 2009 y las diferencias entre los dos partidos.

Mientras que el 85% de los votos diferenciados del PRI se concentra en el municipio capital y en los dos conurbados (Corregidora y El Marqués); en esta misma región el PAN solo obtiene el 11.56% por ciento del total de sus votos diferenciados. En el cuadro 5 se incorporó al municipio de San Juan del Río para que el PAN sumara un poco más que el 50% de sus votos diferenciados.

Cuadro 5
Distribución de Votos Diferenciados Querétaro 2009

Municipio	Partido Acción Nacional	Partido Revolucionario Institucional
Querétaro	4,426(4.42%)	36,341 (71.31%)
Corregidora	1,338 (4.35%)	5,764 (11.31%)
El Marques	860 (2.795%)	1053 (2.06%)
San Juan del Río	9,363 (30.345%)	
Votos diferenciados de esta región	15,987 (51.96%)	43,158 (84.68%)
Votos totales diferenciados	30,765	50,957

Nota: El cálculo de los votos diferenciados del PRI se realizó asumiendo que la coalición entre el PRI y el PANAL era completa, cuando no lo fue, solo se realizó para gobernador, para algunos municipios del estado y para cuatro diputados locales; sin embargo, no considerarlos unidos habría incrementado el porcentaje de votos diferenciados hacia el PRI de manera artificial.

Ciertamente es difícil afirmar el origen de estos votos sin hacer un análisis a detalle de las secciones electorales y la localización de las mismas; sin embargo, con esta primera información parecería que en el caso del PRI los votos diferenciados son aportados básicamente por los municipios más urbanizados y con mayor escolaridad y menores niveles de marginación; por tanto se puede pensar que son votos estratégicos. En cambio el PAN recibe el 50% de sus votos diferenciados de los municipios más urbanos y otro tanto de los municipios restantes, lo cual nos podría indicar que una mitad de sus votos son estratégicos y la otra mitad posiblemente clientelares. Esta distribución de los votos diferenciados se explica por las diferentes estrategias utilizadas en las dos campañas; mientras que la del PAN se concentró en la sierra y el semidesierto, la del PRI lo hizo en la capital y los municipios de mayor concentración poblacional.

Los resultados son muy reveladores del comportamiento de los electores queretanos. En 1997 cuando ganó el PAN la gubernatura del estado, lo hizo fundamentalmente con los votos de la región urbana; mientras que el PRI se mantuvo como primera fuerza en los municipios más pobres. Doce años después se repite la historia, pero ahora como parodia, pues el PAN se queda con los municipios de la sierra y algunos del semidesierto y con Querétaro capital, mientras que el PRI triunfa en los más urbanizados (después de la capital).

Otro elemento que nos permite precisar aún más que los municipios de Querétaro y El Marqués aportaron una buena cantidad de votos al PRI, es el hecho de que en estos dos municipios el candidato a presidente municipal del PAN obtiene más votos que el candidato a gobernador del mismo partido.²⁶

26 En cuatro municipios (Querétaro, El Marqués, Jalpan y Pinal de Amoles) los candidatos a presidentes municipales de Acción Nacional obtienen más votos que el candidato a la gubernatura de este partido.

Cerca de 15,000 votos no llegaron al caudal del PAN en la elección de gobernador de estos dos municipios. Estos votos se pudieron anular o pudieron orientarse hacia el PRI; esto último es lo más razonable pues el porcentaje de abstención de ambos municipios está en la media estatal, pero además esta orientación sería coherente con las declaraciones de los expanistas que apoyaron la candidatura del PRI para gobernador.

En el caso del PRI el comportamiento es similar pero con una magnitud significativamente menor, el candidato a gobernador obtiene en todos los municipios más votos, salvo en San Juan del Río y en Huimilpan.²⁷ Estos votos que no llegan al candidato a gobernador son cerca de 3,000 y es posible que sean de panistas que no estaban de acuerdo con la imposición del candidato de su partido a la presidencia municipal, pero que si votaron por ese partido para la gubernatura.

Conclusiones preliminares

Los resultados adversos al PAN en la gubernatura de Querétaro son básicamente producto de factores locales y de carácter coyuntural. A nivel nacional los resultados de las elecciones federales muestran una caída en las preferencias de este partido; sin embargo, en el caso de Querétaro la votación federal es de las más altas: 10% arriba de la media nacional.

Los cuatro factores que incidieron en mayor medida en la derrota de Acción Nacional son:

²⁷ La diferencia en San Juan del Río fue de 2,872 votos y en el caso de Huimilpan la diferencia fue de 23 votos.

1. Las fisuras y fracturas internas que no fueron selladas después de las contiendas internas y que por lo menos significaron 15,000 votos menos para su candidato a gobernador.
2. Una campaña mal organizada y con una estrategia equivocada derivada de una mala lectura del escenario local. Por estos vicios, la campaña no llamó a votar a sus propios electores, mucho menos a otros, esto impactó en un pobre crecimiento de sus votos, muy por debajo del crecimiento que tuvo el PRI.
3. Una pobre política de alianzas o un pobre perfil del candidato del PAN para la gubernatura. Este no logró mantener el porcentaje de votos diferenciados (57%) que este partido obtuvo en el 2003; obtuvo solo el 37% de los mismos en 2009, a diferencia del PRI que incrementa este porcentaje sensiblemente.
4. La importante pérdida de votos de la izquierda en relación con 2003; estos electores seguramente le acercaron al candidato priísta cerca de 20,000 votos.

Los partidos no quieren reconocer que sus procesos internos, cuando provocan fracturas debilitan su fuerza electoral. Los electores, por lo menos en Querétaro, se alejan de estos partidos y votan en contra o se apartan de la política en general y engrosan las filas del abstencionismo; este último en nuestro país ha crecido de manera sensible.

Los organismos electorales fijan las reglas del juego y en el mejor de los casos hacen un arbitraje correcto, pero son los partidos los que presentan ofertas, candidatos y políticas públicas y con estos elementos los electores deciden.

Pensábamos que en Querétaro el PAN había llegado para quedarse, que el votante duro de Acción Nacional había construido un nuevo partido hegemónico en la entidad, pero una fracción pequeña del electorado fue responsable de un cambio en la correlación de fuerzas y otorgó nuevamente el triunfo al PRI. No es una buena noticia que este partido tenga el poder en el ejecutivo y también en el legislativo, pues el equilibrio de poderes y el contrapeso institucional es consustancial a la vida democrática; cuando este equilibrio no existe tenemos el peligro de volver a generar gobiernos irresponsables que no cumplen sus promesas de campaña, pero es posible que los sucesos del 2009 hagan que un mayor porcentaje de la ciudadanía vote de manera estratégica y logre que la alternancia sea un fenómeno natural así como el equilibrio de poderes.

Referencias

- Díaz Aldret, Ana “Elecciones, pluralización y estabilidad del sistema de partidos en Querétaro” en *Proceso Electoral del 2006, Ciudadanos, partidos Políticos y órganos Electorales en la democracia de Querétaro*, IEQ, Querétaro, 2006.
- Langston, Joy. (1999). “No More Local Leviathan: Rebuilding the PRI’s State Party Organizations”. *Cuadernos del CIDE*, CIDE División de Estudios Políticos. México
- Morales Garza, Martagloria (2008), “El origen de Acción Nacional en Querétaro (1940-1980)”, en Blanca Gutiérrez Grageda, Martagloria Morales Garza y Evaristo Martínez Clemente, 2008, *La Construcción de*

la Democracia en Querétaro: 1824 – 1991”. Universidad Autónoma de Querétaro e Instituto Electoral de Querétaro, Querétaro, México.

Morales Garza, Martagloria y Selva Daville (1997), “Querétaro”, en Silvia Gómez Tagle (coordinadora), *1994: las elecciones en los estados*, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM, La Jornada Ediciones, México.

Conclusiones generales: Querétaro en la encrucijada nacional

Normalmente el interés sobre las elecciones se concentra en el ámbito federal, sin embargo, en los espacios locales es más fácil observar cambios en el comportamiento del electorado que pueden tener impacto significativo en los resultados nacionales. El caso de Querétaro es particularmente interesante, porque además de tener elecciones concurrentes con la federales, están sincronizadas de tal manera que la elección de gobernador coincide con la intermedia federal y la presidencial con la intermedia local, propiciando que las elecciones en la entidad sean de alto interés entre la ciudadanía.

Este libro recupera los resultados del proceso electoral local y federal de 2009, fue escrito pensando en resaltar el cambio en el comportamiento de los electores queretanos que después de doce años de gobierno del PAN a nivel estatal cambiaron su preferencia y dieron el triunfo al PRI. El papel de las campañas de los dos partidos más importantes resulta relevante pues estas pueden explicar los cambios sobre todo cuando el margen de victoria es muy estrecho.

El apretado e incierto triunfo del PAN en la elección presidencial del 2006, se manifestó de manera diferente en las entidades federativas. En algunos casos incrementó el caudal de votos del PRD también en los ámbitos locales, pero en el caso de Querétaro, los votos perdidos por el PRI se concentraron en Acción Nacional, dándole a éste un poder casi total, en relación con el número de mu-

nicipios gobernados, así como en el número de diputados en la legislatura local. Por este motivo, fue aún más sorpresivo el triunfo del PRI en la elección de gobernador del 2009.

Desde la década de los noventa, pero fundamentalmente desde la alternancia presidencial en el 2000, el presidencialismo ha estado cediendo poder a otros actores; desde el propio IFE, que limita de manera significativa la acción del presidente y del congreso en el ámbito electoral; pero también se han incrementado las facultades del poder judicial y sobre todo el poder de los gobernadores. Esto aunado a que las elecciones no han otorgado ni mayoría simple al partido del presidente en la cámara de diputados, esto ha complicado la relación entre el ejecutivo y el legislativo y ha convertido a las elecciones locales y a las elecciones intermedias federales en proceso muy importantes.

Ernesto Zedillo, Vicente Fox y Felipe Calderón tuvieron que gobernar con un congreso sin mayoría. En las elecciones intermedias de 2003 y 2009 los dos presidentes panistas apoyaron desde sus discursos las campañas de su partido para intentar ganar las elecciones intermedias y poder contar con un legislativo con mayoría panista. En ambos casos el electorado se resistió a darles la mayoría legislativa, en buena medida porque las elecciones intermedias son evaluativas y parece que los resultados de ambos gobiernos no cumplieron las expectativas de los electores.

Las elecciones intermedias del 2009 coincidieron con otro proceso nacional importante: la recuperación del poder del PRI nacional en la mayoría de los estados y el incremento significativo del número de sus diputados en la legislatura federal.

En el 2006 el PRI nacional tocó fondo. En esta elección presidencial se convirtió en el partido menos votado de los tres partidos grandes del país, también obtuvo su menor cuota histórica en el Congreso de la Unión, su candidato presidencial perdió en todos los estados. Pero esta grave crisis le sirvió para poner las cosas en orden, se reestructuraron a fondo y los grandes líderes firmaron un pacto de no agresión: las disputas las resolverían al interior del partido y hacia el exterior siempre mantendrían una imagen de partido sólido. Desde ese momento, histórico comenzaron a ganar elecciones en los gobiernos de los estados, en las principales alcaldías del país y con esta buena racha llegan a la elección de 2009.

De esta manera, las elecciones de 2009 constituyeron la batalla donde se decidiría el liderazgo del presidente o el del grupo de gobernadores del PRI, los resultados hasta la fecha han dado el triunfo a este último grupo.

Las razones anteriores nos permiten pensar que el análisis en detalle, en el caso de Querétaro, de la elección del 2009 y de las características de las campañas, son de gran utilidad pues muestran elementos que estarán presentes en la elección del 2012 y que, de hecho, han estado presentes en todas las elecciones locales de 2009 a la fecha.

Son muchos los elementos presentes pero hemos detectado algunos elementos constantes que se manifestaron originalmente en la elección de 2009 de Querétaro y que son analizados a profundidad en este libro.

En primer lugar, desde la derrota del PRI en la presidencia de la república en el 2000, las disputas internas por el poder fueron centrales en la actuación de este instituto político y de hecho lo llevaron al punto más bajo de su influencia electoral en el 2006. Sin embargo, a partir de 2009, y particularmente

en el caso de las elecciones locales concurrentes se logra la unidad del partido a través del liderazgo de Enrique Peña Nieto, en ese entonces gobernador del Estado de México. A partir del 2009 el predominio político de Peña Nieto se impuso sobre la figura de Beltrones y permitió la unidad del partido. Este proceso de unidad del partido es un factor fundamental en la explicación del triunfo del PRI en el caso de Querétaro y nos atrevemos a pensar que en buena parte de las elecciones de gobernadores entre 2009 y 2011.

Como contraparte de lo anterior, el PAN mostró en la elección del 2009 una profunda división al interior de sus filas, que afectaron tanto sus resultados nacionales como locales. Otro factor aun más importante en la explicación del triunfo del PRI en Querétaro se asocia con las fisuras e incluso fracturas de este instituto político en la entidad. Sin embargo, el caso de Querétaro no fue la excepción sino la regla, la intromisión del Comité Ejecutivo Nacional en las candidaturas de diputados federales fue denunciada incluso en los medios y sin duda afectó los resultados electorales de este partido.

El tercer elemento detectado en el análisis puntual sobre los procesos electorales de Querétaro en el 2009, es el papel de los jóvenes en el resurgimiento del PRI en la entidad. El debate sigue abierto, pues para la elección del 2012 también la orientación electorales de los jóvenes será determinante en los resultados electorales. Sobre todo en los casos como Querétaro donde la orientación electoral es binaria, es decir sólo entre dos partidos, como sería el caso de Jalisco, Aguascalientes, Guanajuato, San Luis Potosí, y Nuevo León, la decepción de los electores que votaron por el PAN y a los cuales la alternancia no les ha resultado satisfactoria, no observan una tercera opción electoral sino que regresan a su segunda preferencia es decir al PRI. En rea-

lidad estos electores, en buena parte por su juventud, no son electores duros o leales con su partido sino que orientan su voto en función de coyunturas, y de rasgos culturales que en el caso de estos estados bipartidistas que tienen en común un rasgo conservador que los marca, terminan orientándose al PRI o a la abstención.

Las reflexiones de este libro nos permiten entender a los queretanos pero también entender a una parte importante del México electoral, ciertamente hay muchas preguntas y no se encuentran todas las respuestas adecuadas, pero el escenario se está aclarando: los electores cada vez más responden a candidatos y no tanto a partidos. Los electores usan su voto para castigar o para premiar y los políticos no pueden tener certeza sobre sus resultados electorales, pues cada elección, nacional y local pueden cambiar los escenarios.

Anexos

Foro de análisis ¿Qué pasó el 5 de julio?

El jueves 13 de agosto de 2009 se celebró en el Auditorio Fernando Díaz Ramírez de la UAQ, el “Foro de análisis ¿Qué pasó el 5 de julio?” En este foro se analizaron las campañas y los resultados electorales de la campaña para la gubernatura de Querétaro. Se presentaron tres ponencias por parte de representantes partidistas y/o consultores de los tres principales partidos PRI, PAN y PRD.

En primer lugar se presentó Adolfo Ibinarriaga de la agencia Cuarto de Guerra; este consultor participó en la campaña de José Calzada (PRI-PANAL). Para presentar un análisis de la campaña panista para la gubernatura se presentó Julio Senties Laborde, quien era coordinador de estudios del Comité Directivo Estatal del PAN. Por último, se presentó Arnulfo Moya Vargas, quien fue candidato a diputado federal del segundo distrito por parte del PRD en 2009.

Este foro tenía como objetivo discutir públicamente con los actores y testigos de la contienda las causas de los sorprendentes resultados de la contienda por la gubernatura de 2009; en la presentación del foro se enfatizó este objetivo del evento, por este motivo reproducimos las palabras de presentación del foro. Posteriormente recuperamos la versión estenográfica de la ponencia de Adolfo Ibinarriaga, quien fue el principal consultor político de la campa-

ña del candidato José Calzada; el consultor no entregó ponencia, sólo brindó su ponencia oral ante la concurrencia. En un segundo momento presentamos la ponencia presentada por Julio Sentiés, quien si entregó la ponencia escrita. Finalmente reproducimos la ponencia de Arnulfo Moya, quien también entregó su ponencia escrita. Por último hemos integrado una ponencia de Juan Antonio Isla Estrada; se había previsto presentar este texto en el foro, pero por algunos problemas de organización ya no llegó a leerse en el foro.

Presentación del foro

El pueblo queretano considerado tradicional y conservador produce vuelcos electorales muy difíciles de explicar. A los analistas políticos nos parece que hay una similitud entre el vuelco electoral de 1997 y el de 2009.

En 1994 Querétaro era uno de los dos estados que mayor votación reportaban al PRI. Era considerado como el estado más priista del país, era pues, un bastión del PRI. Fernando Ortiz Arana era el político más importante de la historia local. En cambio, el candidato del PAN era un soberano desconocido. La campaña del PRI desplegó una gran cantidad de recursos y tenía un control absoluto de los medios de comunicación social. Tenemos análisis de contenido para probar que los medios más importantes hicieron campaña con el PRI... En conclusión podemos afirmar que en 1997 el PRI tenía todo para ganar pero perdió a manos del PAN.

Sin embargo, desde 1997 hasta 2009 el PAN fue creciendo en todo el estado. Para 2009 Querétaro ya era considerado un bastión del PAN. Del 2003 al 2006 el PAN pasa de gobernar 5 alcaldías a 10 alcaldías. Destacan las alcaldías del corredor industrial que representan el 70% del electorado:

Querétaro, Corregidora, San Juan del Río, El Marqués... Hasta hoy, el PAN tenía mayoría en el Congreso local, controlaba el poder judicial, controlaba los medios... En esta ocasión PAN tenía todo para ganar pero pierde a manos del PRI.

La gran pregunta es por qué el “conservador” pueblo queretano produce estos vuelcos electorales, hoy estamos aquí para discutir esta última sorpresa. No creo que logremos dar una respuesta completa, pero si queremos comenzar a discutir profesionalmente el tema.

La estrategia de la campaña de Pepe Calzada

José Adolfo Ibinarriaga¹

Nietzsche decía que “No existe un mundo verdadero, sino sólo interpretaciones de él, cada interpretación es una voluntad de poder”. Esta es la interpretación que le da mi firma a la campaña de José Calzada, desde la visión de los consultores.

Lo primero es: las campañas no la ganan los consultores. En mi negocio la mayoría de los consultores dicen: yo hice ganar a Rafael Correa. Las elecciones y las campañas las ganan muchísima gente que trabaja en ellas, gente que ni siquiera conoce a los consultores y tampoco conoce al candidato. Las elecciones las ganan, en primero lugar, los electores. Ellos son los sujetos, son el sustantivo para nosotros; desde nuestra visión de hacer campañas, de la comunicación política, no son complementos son el predicado de la elección.

¹ Estudio la Licenciatura en Ciencias Políticas y Administración Pública (Universidad Iberoamericana) en donde ha sido miembro de la Junta de Gobierno (Senado Universitario) y profesor; también ha dado clases e impartido cursos en el CIDE, la UNAM, la Universidad Kino en Sonora y es ponente regular en la escuela de gerencia política de la George Washington University, así como en The Washington Center. Es coautor con Roberto Trad del libro *El Arte de la Guerra Electoral*.

Fundador y socio director de Cuarto de Guerra S.C., firma de consultoría en comunicación política que ha participado desde su fundación en 2006 en 17 procesos electorales, con 12 elecciones triunfadoras y entre las que destacan la primera y segunda vueltas electorales del hoy Presidente Rafael Correa en Ecuador, así como su reelección en 2009. En 2009 participa en la campaña de José Calzada.

En segundo lugar gana el candidato; en tercer lugar gana la organización, en ella los consultores que participamos.

Nosotros empezamos a trabajar con el senador Calzada en mayo de 2008. La estrategia de posicionamiento con la que trabajamos a partir de esa fecha estaba filtrada por la idea: “Un mejor Querétaro para todos”.

La mejor definición sobre qué es una estrategia de comunicación, se la leí a Carville, el consultor de campaña de Clinton, que usaba el ejemplo de South Western Airlines. Decía: ¿cuál es el objetivo de South Western Airlines? Ser la línea más económica de Estados Unidos. ¿Cuál es la estrategia? Abaratar los costos. Todas las decisiones estaban filtradas por abaratar costos. A mí me parece la más clara definición de qué es una estrategia, una oración que define cómo vamos a filtrar todas las acciones de comunicación.

Lo que le propusimos en aquella ocasión al senador Calzada era: Querétaro va bien, todo el mundo lo reconocía, las evaluaciones eran muy buenas. Pero no hay un mismo Querétaro para todos; hay diferencias entre un Querétaro muy urbano, muy ciudadano y el Querétaro de la Sierra y el Querétaro de las colonias populares. Durante un año, hasta abril de 2009, trabajamos para posicionar a José Calzada como un senador de la República que trabajaba por un mejor Querétaro para todos desde la economía familiar.

¿Cómo encontramos la elección desde nuestra lectura, a partir de mayo de 2009? El eje vertical generalmente lo usamos para definir sujetos, el horizontal para definir ofertas. Entonces, en el de los sujetos: el candidato del PRI, Pepe Calzada. En el de las ofertas: “Un mejor Querétaro para todos”. Ése era el posicionamiento con el que arrancábamos la campaña; esto frente al candidato del PAN, que era ya el próximo gobernador, en mayo de 2009 y quien

significaba continuidad con todos. Era nuestro resumen, una simplificación gráfica de cómo entendíamos la coyuntura.

¿Cuáles eran los términos de debate que planteaba el candidato del PAN? Él era experiencia y resultados, y ofrecía buen gobierno. Versus José Calzada, inexperto y sin resultados; el PRI significaba corrupción e ineficacia, esto era más asociado a la marca del PRI, que directamente asociado a la figura, al producto José Calzada.

¿Y cuáles eran nuestros términos del debate? ¿De qué se trataba la elección para nosotros? En mayo de 2009, antes de recalibrar la estrategia? Decíamos del candidato del PAN: impuesto y corrupto, que gobierna para unos cuantos. Versus nosotros, candidato de unidad y ciudadano; así como “Un mejor Querétaro para todos”. Este posicionamiento, que fue estratégico de donde veníamos, de candidato de unidad, era un mensaje que sólo le hablaba a los priístas, era un mensaje de marca, no era un mensaje para el resto de los electores.

¿Qué hicimos? Transitar el debate, llevar el debate de una fase de candidato de unidad, priísta, ciudadano, “Un mejor Querétaro para todos”, a hacer de la contienda una campaña que fuera relevante para los ciudadanos; insisto, desde esta visión en la que los ciudadanos son los protagonistas de las elecciones. Y la transición del debate era llevar la elección a economía, no a equidad, no a igualdad. Veníamos de un mejor Querétaro para todos, equidad, igualdad; teníamos que hacer de la elección una elección sobre economía. ¿Por qué? Porque estaba el impacto económico, el brote de influenza y porque estaba el impacto económico en la vida de los queretanos de la crisis financiera internacional. Lo que hicimos, lo que le propusimos a la campaña fue llevar la elección a la economía.

La segunda fase, había que contrastar en economía y en corrupción; con un contraste directo y frontal que ustedes recordarán; eso lo marca el tracking que les vamos a enseñar. Además se da en el debate por televisión que organizó el Instituto Electoral. Y la última fase era mejorar el proyecto y empoderar esperanza. Partíamos del hecho que Querétaro era un estado panista, o se asumía como panista. La gente podía estar, en su vida diaria, no de acuerdo con muchas situaciones, pero había que empoderarla y decirle que un cambio era posible, que ellos podían lograr ese cambio; quitarles el miedo, entrecomillado, para que pudieran votar por una opción diferente.

¿Cómo quedaron para nosotros los términos de debate ideales? Líder que sabe cómo hacerlo, eso es Calzada; líder capaz y para todos. Además ofrecía el mejor proyecto para todos, un proyecto incluyente. Versus incapacidad y corrupción; un Querétaro con crisis, que es o era donde queríamos situar al adversario. Aquí un poco, un posicionamiento por contrastes, siempre en la lógica de que la comunicación electoral se hace desde diferenciadores “ellos-nosotros”, la comunicación de gobierno debería de hacerse desde diferenciadores “ellos-nosotros”. Nosotros éramos honestidad, servicio, legalidad, transparencia para todos, conocimiento, resultados, capacidad sin colores, versus ellos que eran corrupción, políticos de siempre, tráfico de influencias, para los de siempre, ignorantes, sin resultados, incapacidad y azules. Incluso ellos decían “Querétaro es azul”, nosotros decíamos “Un Querétaro sin colores”.

Hanzy es como nombran los chinos a su escritura y para nosotros es la manera de decir “concepto rector de comunicación”. Es la síntesis de una serie de radicales que conjugados nos da la idea de cuál era el concepto rector de comunicación. ¿Qué soy? ¿Qué hago? ¿Cómo lo hago? Sujetos, verbos,

complementos. ¿Qué oración me va a definir? Certidumbre económica para todos, desde la lógica de llevar la elección a economía. El razonamiento era que si México y Querétaro en particular, no hubieran sufrido los impactos del brote de influenza, humana en la economía y de la crisis financiera internacional, los panistas podrían seguir gobernando en Querétaro. Pero ante esa situación de crisis no es posible que ellos sigan gobernando. Se necesita un experto en economía, que sepa cómo hacerlo y genere un Querétaro de oportunidades para todos.

El objetivo general fue ganar la elección de gobernador, con un margen de diferencia frente a nuestro siguiente competidor que evitara llevar la elección a tribunales; tenía que ser un margen de más de 3%, para evitar impugnaciones.

Definir de forma específica los términos de debate, era llevar la elección a economía y a una disputa entre capacidades de personas, y no de “partidos-marca”. La marca PAN siempre estuvo mejor evaluada que la marca PRI.

La estrategia, regresando a esta idea de la frase que define de qué se trata toda nuestra comunicación, la lógica de lo que les comentaba de Carville, era contrastar certidumbre económica y capacidad contra incertidumbre económica e incapacidad. Y los lineamientos estratégicos eran los siguientes.

Primero, llevar la elección a economía; segundo, no entrar en el debate de la inseguridad, eso era lo que quería hacer desde el principio la campaña nacional federal del PAN y a media campaña el PAN local. Lo que quiso hacer la campaña del PAN en el estado era llevar el debate al terreno favorable a ellos. El nuestro era la economía, la crisis económica.

Segundo, hacer una contienda de personas, de candidatos y no de marcas, no de partidos. Diferenciarnos con nuestro adversario en torno a capacidad y honestidad, versus incapacidad y corrupción; hacer de la cibercampaña el diferenciador táctico de la elección, hacer del centro de computación, de todo lo que hicimos en Internet, el diferenciador táctico de la elección. Comunicación directa con mujeres. El papel de los jóvenes como multiplicador de la alegría. Los jóvenes eran los que tenían que comunicar y contagiar al resto de la sociedad de que sí era posible un cambio, que sí había ese ánimo de fiesta. Empoderar a la gente, quitarles el miedo de votar por un cambio, por una campaña diferente y atrevida.

Esto es lo que tuvimos de investigación: arrancamos con una encuesta de Mitofski que daba una intención de voto por candidato, para el candidato del PAN de 52%, contra nosotros, 27%. La intención de voto ubicaba al PAN muy por encima del PRI y mucho mejor evaluado. La evaluación del gobernador era muy alta, por encima incluso de la del propio presidente de la República.

Tuvimos un *tracking poll* artesanal, a partir de un *call center* que hacía irregulares llamadas telefónicas, tiene dos fechas de quiebre: la primera, la pueden ver ustedes, el 16 de junio, un día después del debate. La segunda tiene que ver con una serie de volantes y trabajo en Internet focalizado a mujeres, que era el segmento del electorado que más tardó en acercarse a nosotros. Lo que es realmente, para mí, interesante, de este *tracking* es que ellos arrancan el *tracking* con 42% contra nosotros 18%; con un “no sabe/no contestó” de 26%. A lo largo de toda la contienda, ellos van perdiendo votos, pero lo que

va creciendo es el “no sabe/no contestó”. Y en el último disparo del *tracking*, el 2 de julio, tenemos 45% “no sabe/no contestó”; 28% de intención de voto a favor de Calzada y 25 a favor de Manuel González. O sea que el 45% del electorado no nos quería decir por quién iba a votar, pero al mismo tiempo sabíamos que gran parte de ese electorado se había salido de la intención de voto por el candidato del PAN.

¿Cuál fue el mensaje? Considerar que el problema de Querétaro es la economía familiar, ofertar soluciones concretas para la economía familiar. Iban desde la tenencia, contrastar capacidad, experiencia y honestidad, contra incapacidad, inexperiencia y corrupción, lo hicimos de forma directa en el debate. No fue guerra sucia, fue directo: “Manuel, eso también es corrupción”. De forma directa, en torno al parque Bicentenario. Era la gente contra los partidos un “Querétaro sin colores”, versus un Querétaro que es azul. Todos contra ellos, e hicimos mensajes directos a los panistas, aprovechando lo que intuíamos del propio proceso interno de elección del PAN, ¿no? Incluso por ahí llegué a ver piezas panistas que decían: “soy panista pero voy con Pepe”. Porque además no queríamos que dejaran de ser panistas, la idea de “Un Querétaro sin colores” era que todos cabíamos en este Querétaro.

Empoderar a la gente en la idea de que un cambio era posible: esperanza. La frase “Todo es posible” la usamos en el espectacular. El mismo espectacular es una pieza completamente diferente, atrevida, nunca vista en una campaña política. “Alegría, votar con fuerza, votar con el corazón”. Hicimos un llamado al voto a partir de la esperanza y con mensajes por sectores, a jóvenes, a mujeres y tomamos en cuenta a los anulistas. De lo que yo he revisado, Calzada es el único candidato que le habla a los que querían anular su voto,

sin regañarlos. Les dice: “yo los entiendo, les pido que vuelvan a creer. Pero no que vuelvan a creer en mí, que vuelvan a creer en ustedes”. Porque el país, de alguna forma perdía, con mucha gente que anulaba su voto, no iba bien. Entonces los entendíamos y les mandamos un mensaje directo.

El *E-center* fue nuestro diferenciador táctico, lo entendimos no como un medio sino como un espacio; un espacio de comunicación de dos vías, interlocución entre las diferentes audiencias que jugaban con nosotros en la red, y ahí están los resultados del trabajo que se hizo en Internet. En cuentas de redes sociales, tenemos diez cuentas y 20 mil 100 amigos en estas cuentas. En el blog del candidato 19 mil visitas con 362 comentarios. El Twitter tuvo 228 seguidores con 180 entradas. La página Web del candidato tuvo 28 mil visitas, con 2 300 usuarios registrados. A las páginas de video de campañas subimos 126 videos para YouTube y también a otros canales de podcast. En podcast se hicieron 35 grabaciones, de las cuales se hicieron mil 751 reproducciones de ellas.

Hace un momento estaba platicando con la coordinadora de la carrera de Comunicación de la Ibero que tuvo un monitoreo financiado por el PNUD de las Naciones Unidas. Me mostró la gráfica, no la pude poner, donde se nota que la campaña más relevante de gobernador en el país, es la del PRI en Querétaro.

Tercero, tomar la calle. Los jóvenes en la campaña de Calzada; el objetivo era tomar la calle pero con una narrativa y códigos visuales diferentes. La campaña tenía que animar a los queretanos por un cambio, devolverles la alegría y la posibilidad de volver a creer, más que en José Calzada, en ellos mismos, por lo que se hicieron otras activaciones. El *freeze*, estos congelamientos, quizá alguno de ustedes lo pudo ver en centros comerciales, donde

un grupo de jóvenes se quedaba detenido cierto periodo de tiempo. Bailes, música, tomar el espacio público, batucadas y presencia en calle para entrega de mercadeo, propaganda y utilitarios.

Desde el principio el *look and feel* de la campaña fue diferente. Esto podría llegar a parecerse al caso de Mérida. Es un *look and feel* que no nos recuerda la tradicional forma de presentar una campaña por parte del PRI, que ése es el parteaguas. Veamos este espectacular, no siempre se pone un candidato en shorts, sudando; el logo del PRI es pequeño, lo que importaba era la marca Pepe Calzada, ustedes que vienen aquí saben que él si corre, sí corre y termina maratones, a diferencia de otros candidatos priístas.

El lema “Todo es posible, ¡Vota con fuerza!” y había otra versión que sólo sacamos para Internet que decía “Vota con el corazón”. Piezas para mujeres, en la misma lógica: “las mujeres construimos familias y con nuestro trabajo, estamos construyendo el futuro de un mejor Querétaro. De mujer a mujer te invito a que votes con el corazón. Mujeres con Pepe Calzada”. No hay logo institucional, no hay marca de partido, está Pepe Calzada y esto se entregó como volante y como *e-card*. Y por último un video, éste sólo lo hicimos para Internet, pero también desde entrada era atrevido, utilizaba la música de *Queen* en la narrativa.

Este video tiene una narrativa diferente en lo que nosotros creemos son los códigos de la gente, de los usuarios de Internet, en inglés y atrevido. Siempre contamos con el apoyo del candidato para hacer piezas completamente diferentes, que le hablaran a la gente, que emocionaran a la gente, desde sus códigos, poniendo en el centro de la elección al ciudadano y no a los políticos, no a los partidos, no a la discusión de lo que tradicionalmente se conoce como el “círculo rojo”.

Elección de 2009: Querétaro, causas del fracaso del PAN²

Julio Sentís Laborde³

Aspectos generales de las dos administraciones gubernamentales del PAN (1997-2009)

La alternancia vino con modernización, desarrollo de infraestructura, alto nivel de inversión externa (nacional y extranjera) PIB y empleo por encima de la media nacional, mayor libertad en medios de información, avance en transparencia, vivienda (control de asentamientos irregulares e inicio de la regularización) y mejoría en servicios de salud.

Aspectos negativos de la alternancia. Se dieron altos sueldos y prestaciones a los servidores públicos, crecimiento desordenado de la mancha urbana con unos cuantos beneficiados, supuestos o reales negocios desde el poder y nula reforma del estado (invitación a los ciudadanos, para adoptar después

2 Ante todo quiero aclarar que la siguiente es una opinión personal, no oficial; el PAN esta realizando el análisis y después lo dará a conocer.

3 Nació en la ciudad de México el 17 de Noviembre de 1948. Egresado de la Escuela Libre de Derecho. Especialista en Derecho Corporativo, Administrativo, Inmobiliario, Sucesorio y en materia de auditoria legal. Ex-Presidente de la Barra Queretana de Abogados, S.C., Ex-Procurador de Justicia del Estado de Querétaro, Ex-Diputado Local de la LIII Legislatura del Estado de Querétaro, actual Corredor Público número 4 de la Plaza Mercantil del Estado de Querétaro. En 2009 era coordinador de estudios del CDE del PAN.

una actitud gatopardista, con algunos cambios más de maquillaje que de fondo)

Hubo una intensa campaña de publicidad del gobierno, los eslóganes principales eran: “Querétaro va en Grande” y “Buenas Noticias para todos”. Soy de los que opinan que esta campaña que fue realizada durante todo el periodo de gobierno y no durante la campaña, produjo una reacción de hastío y rechazo en el ciudadano común y corriente.

En estos dos periodos de administraciones gubernamentales el Partido Acción Nacional creció desmesuradamente pero perdió el orgullo por la camiseta, el amor por México y su carácter y visión de partido de y para los ciudadanos; a cambio se presentó una lucha feroz por el poder y los puestos de gobierno y un enfoque programático “desde el poder”, con olvido de los ciudadanos. Esta lógica devino en una injustificada convicción de “Querétaro Azul pintado de Azul”.

Hubo dos legislaturas olvidables, en actitud servil al Ejecutivo, que sólo se ocuparon de mejorar sus propios ingresos. Por otra parte, la actual abusó de su mayoría absoluta ante los otros grupos parlamentarios igualmente serviles y centaveros. Esta legislatura estableció un discutible “record” de diarrea legislativa. No se trata de leyes nuevas, sino el reciclamiento de las anteriores por aquello de la “Nueva Constitución”, el cual sólo representa un nuevo marco legal secundario.

En estos dos periodos el PRI tampoco tenía mucho de qué presumir, se la pasó en pleitos internos y nunca justificó su papel de crítico ni de opositor.

En conclusión, hubo muchas oportunidades desaprovechadas y una confianza injustificada en el resultado de la próxima elección, sin importar

quiénes fueran los candidatos ni cuáles propuestas podrían convencer a los ciudadanos.

Las precampañas

En general contribuyeron al descrédito del Partido Acción Nacional y al desánimo y división de la nueva amplia base militante y adherente; los candidatos designados y la cargada a favor de un candidato oficial para la gubernatura acentuó la división interna y el desinterés de muchos militantes por participar.

Después de su triunfo en la interna, Manuel González Valle, candidato a gobernador no junta a los derrotados, acto que revela un equipo “sobrado” que cree no necesitar el apoyo de los otros competidores; no hay lugar en la campaña para gente de otros grupos, la división interna se “profundiza” y el partido pierde fortaleza para ir a la contienda constitucional.

La precampaña sucia de muchos precandidatos, aunque no todos, también abonó a rencores y a la división y por qué no, al deseo insano de ver morder el polvo al precandidato “t r i u n f a d o r”

La campaña por la gubernatura

Como supongo el interés de esta reunión es esta campaña, no mencionaré otras, como puede suponerse, no todas adolecieron de los mismos defectos y cada campaña deberá ser evaluada por separado.

El manejo de la campaña de gobernador, no puede verse como un hecho aislado, para su debida evaluación habrá que analizar las orientaciones e intervención que tuvieron en la misma, Gobierno del Estado, El Comité Ejecutivo Nacional y el Comité Directivo Estatal del PAN.

El candidato

Hoy se reconoce que no tenía el perfil adecuado, pero a quien se atrevió a señalarlo con anticipación, se le tildó de loco o aferrado a algún otro precandidato.

Manuel González Valle no acreditó las esperanzas puestas en él. Su personalidad bonachona motivó un caos en “su equipo de campaña”. Su mala oratoria los llevó a evitar varios debates e intercambios con diversos grupos en la campaña y su falta de liderazgo, lejos de infundir ánimo y esfuerzo extra en los que trataron de ayudarle, generó conformismo; llevó al equipo a tratar de nadar de muertito. Al fin y al cabo sus “encuestas” le otorgaban, a pesar de todo, un amplio margen sobre su contrincante.

El mensaje más bien vago, presumiendo hechos y acciones, nunca fue capaz de impactar al electorado ni mover sus sentimientos.

El lema “Vamos por más” parece diseñado por un enemigo. Mientras la campaña sucia atacaba la honestidad del candidato, este lema parecía significar “vamos por más dinero, canonjías y ventajas” pero no para los ciudadanos.

De todo esto no es responsable Manuel González, hizo su mejor esfuerzo y obedeció a los “expertos” que decidieron agenda y contenido y no es justo reclamarle el mal resultado.

El equipo de campaña

La dinámica que se vivió en el equipo de campaña a gobernador fue la de un grupo de personas que realizaron una encarnizada competencia entre sí, con el único objeto de quedar bien con el “futuro gobernador”, probablemente con la intención de asegurar su ración para los siguientes seis años de presupuesto.

Como el candidato nunca decidió nombrar un jefe, cada quién hizo su trabajo como Dios le dió a entender y faltó la coordinación de esfuerzos necesaria para lograr el objetivo; en muchas ocasiones se canceló a última hora la asistencia del candidato y en otras, de manera prepotente, se indicaba que “no habría preguntas”.

Al final del día, todos encuentran a otros como culpables y nadie asume su parte de responsabilidad.

La campaña nunca logró “conectar” con los ciudadanos.

La estrategia de comprar algunos medios y comentaristas no produjo los resultados apetecidos. El manejo de la imagen del candidato, no tomó en cuenta la campaña negativa, que se conocía desde la precampaña y, en consecuencia, el responsable de la imagen en medios no aplicó el antídoto necesario, pues no generó ni una respuesta contundente o un manejo como víctima que tan buenos resultados ha producido en tiempos recientes a otros candidatos.

La campaña terrestre del PAN fracasa

No existe un mensaje concreto a los jóvenes, a las mujeres, a los grupos vulnerables y tampoco se ocupa de conectar con las organizaciones de la sociedad civil, principalmente en la capital del Estado. Los maestros y los sindicatos regresaron al PRI porque nadie se ocupó de ellos.

En el panel organizado con los estudiantes del Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Querétaro los “ganadores” fueron Calzada y el candidato del PRD. El debate organizado por el IEQ no tuvo la difusión que ameritaba y aunque al candidato del PAN no le fue mal, la estrategia de postdebate de Calzada como ganador, tuvo más impacto que el debate mismo.

Desaparecen los jóvenes propagandistas voluntarios y son sustituidos por personas a sueldo que hacen mal su trabajo en los cruceros de las avenidas principales de la ciudad.

Las propuestas de campaña se redujeron a pocos temas que algún mercadólogo decidió, de manera semejante a lo sucedido en las campañas federales; a pesar de contar con una plataforma rica en propuestas que tuvo amplia participación de los militantes y ciudadanos; de nueva cuenta “la elite” ignoró a los militantes de pie.

No existió el necesario seguimiento y respuesta contundente a muchas afirmaciones falsas del candidato del PRI, probablemente porque no le dieron importancia, como tampoco se atinó a contra atacar en la Internet.

La campaña tuvo un gran dispendio económico, semejante al costo de la del PRI; los candidatos a diputados y presidentes municipales se convirtieron en una carga de la campaña de gobernador y a cambio no le redituaron actos importantes ni votos, salvo algunas excepciones, por ejemplo Cadereyta, Amealco y los municipios serranos.

El culmen de la ineficacia es el mítin de cierre de campaña en la capital, al cual asistieron como 5,000 personas pero no se notaron porque la mayoría se preocupó mas por hacer cola para los tacos, se hizo en sábado, para que asistiera Germán Martínez; fue el reflejo de una campaña mediocre que inició mal y terminó peor.

Las otras campañas

Si la campaña del PAN fue mala, la del PRI sólo fue regular; tampoco le sirvió de apoyo su respectiva campaña federal y el tiempo de las mismas fue demasiado corto, una burla si se le compara con las ante precampañas y las precampañas.

El candidato del PRI contó con algunas figuras de relevancia nacional como Peña Nieto y Beltrones e incluyó en su estrategia varias “traiciones” de panistas con relevancia mediana y mostró mayor liderazgo que el candidato del PAN.

El cierre de campaña del PRI, en el Centro Histórico de Querétaro, dejó la sensación de un próximo triunfo.

5 de julio, día de la elección

No se decidió una estrategia para el día de las elecciones, por lo cual sólo se pudo reaccionar tibiamente a la estrategia del candidato del PRI y al final del día, resultó que el 25% de las casillas no tuvo representantes del PAN y el equipo de representantes generales también estuvo mermado y mal capacitado, excepto en los distritos y municipios donde se hizo bien el trabajo y obtuvieron buenos resultados, lo cual es fácil de distinguir.

Análisis de resultados electorales

La votación del candidato del PAN a la gubernatura es superior a la obtenida por el mismo partido en diputados y ayuntamientos. Los votos nulos 3.41% es menor a los votos nulos de diputados 4.58% y ayuntamientos 3.89%.

Votación en la elección para gobernador del estado de Querétaro

PARTIDO	2009	Porcentaje %	2003	Porcentaje %2	Diferencia
PAN	288,450	42.14	238 348	45.69	50.102
Coalición (JPC)	323,916	47.4	218 939	41.97	104,977
PVEM	15,170	2.22	ND	ND	ND
CONVERGENCIA	9,763	1.42	6,084	1.16	3,679
PRD	12,864	1.88	34,308	6.57	(-21.444)
PT	7,501	1.09	5,835	ND	1,666
PSD	2,322	0.33	ND	ND	ND

Total válidos	659,986	96.59	508,812	ND	ND
Nulos	23,310	3.41	12,779	2.45	ND
Total de votos	683,296	100	521,591	ND	166,705

Diferencia respecto de la votación de diputados

PRD	7,502
CONVERGENCIA	26,268
PVEM	27,398
PSD	4,739
PT	6,929
TOTAL	72,836
Representa el 10.66% de la votación	

Existe voto útil* a favor de la coalición y del candidato del PAN que proviene de los partidos minoritarios

* La diferencia de Calzada y González Valle es de 35,466 (5.3%) es mayor a los votos nulos (3.41%) y cada uno de los demás partidos (PVEM – 2.22%, PRD 1.88%, Convergencia 1.42%)

El PRI obtuvo 104,977 votos más que en 2003 y el PAN 50,102 votos más que en ese mismo año. El PRD se desplomó del 6.57 al 1.88% en la votación de gobernador y del 7.29% al 3.01% en la votación de diputados. El Partido Verde crece y se beneficia de no haber ido en coalición con el PRI como en 2003 y 2006; en dicha elección perdió su registro local por no haber logrado el 2.5% y en 2009 llega hasta el 6.3%

Es probable que el voto útil en buena parte corresponda también a jóvenes, empresarios y profesionistas de clase media sector tradicional de los “indecisos” a quienes Manuel no convenció y optaron por la alternancia

Nueva Alianza, incluida en la coalición, tiene el 7.7% de la votación de diputados y por sí sola representa una explicación a la derrota del PAN.

Diputados

PARTIDO	Votos*	Porcentaje %	Dip. Mayoría	Pluris	2003	2006
PAN	254,224	36.63	8	3	218,734	304,777
PRI	217,842*	32.25	5	3	204,542*	170,294**
PVEM	42,568	6.3	ND	1	ND	ND
NUEVA ALIANZA	52,010*	7.7	2	1	ND	ND
CONVERGENCIA	36,031	5.33	1	ND	16,226	31,579
PRD	20,366	3.01	1	ND	37,928	84,180
PT	14,430	2.14 pierde registro	ND	ND	11,776	ND
PSD	7,061	1.04 pierde registro	ND	ND	ND	ND

Total Válidos	644,532	95.42	ND		504,306	ND
Total Nulos	30,924	4.58	ND		15,871	18,798
Total de votos	675,456	100%	ND		520,177	645,711

* De acuerdo al convenio de Coalición, el 95% de la votación de diputados corresponde a Nueva Alianza y el 5% al PRI.

** En 2003 y 2006 PRI y PVEM fueron en coalición.

El PRD se desploma del 13.04 % obtenido en 2006 (84,180) al 3.01 (20,366) en 2009

Convergencia avanza del 4.89% (31.579) en 2006 al 5.33% (36.031) en 2009

Ayuntamientos

PARTIDO	Votos*	Porcentaje %	Mayoría	2006
PAN	275,041	40.81	9	316,874
PRI	250,026*	37.1	6+1 (JPC) SJR	178,942
PVEM	29,375	4.36	1	ND
NUEVA ALIANZA	11,289	1.68	ND	ND
CONVERGENCIA	34,289	ND	1	ND
PRD	20,762	5.09	ND	ND
PT	14,232	2.11	ND	ND
PSD	5,918	0.87	ND	ND

* **Coalición JPC** 164,033 95% al PRI X Convenio

Total válidos	647,632	ND	ND	630,000
Total nulos	26,198	3.89	ND	16,950
Total votos	673, 830	100	ND	646,559

* De acuerdo al *Convenio de coalición* el 95% de sus votos es para el PRI y el 5% para el PANAL.

Es importante considerar que con otro tipo de campaña y circunstancias, el PAN triunfó en el municipio de Querétaro en 2006 (Manuel González Valle) con 176,466 votos; mientras que ese mismo candidato, a gobernador en 2009 recibió en el mismo municipio 124,133 o sea 52,333 votos menos.

Diputados Federales

PARTIDO	Votos *	Porcentaje %	Distrito
PAN	262,398	38.59	I y II
PRI	258,766	38.05	III y IV
PVEM	49,297	7.25	ND
NUEVA ALIANZA	15,976	2.34	ND
CONVERGENCIA	22,407	3.29	ND
PRD	22,142	3.25	ND
PT	13,051	1.91	ND
PSD	6,023	0.88	ND

Total válidos	649,949	95.58
Total nulos	30,050	4.42
Total votos		

En consecuencia el PAN perdió en 2009 dos de los cuatro distritos que había ganado en 2006.

Conclusiones

Al margen de su problemática interna, lo que el PAN dejó traslucir a los ciudadanos fue división interna, mala organización y una lucha encarnizada por candidaturas en sus procesos internos. Paradójicamente, antes del 2009 la democracia interna que no era perfecta pero sí creíble, antes de este años los procesos de este tipo habían sido un distintivo de orgullo panista. A ello debe agregarse el alto costo económico de las campañas internas que son un factor de exclusión de precandidatos que no tienen recursos propios ni prestados para competir.

El crecimiento descontrolado de la membresía activa y adherente obedece más a un interés de los ciudadanos por conseguir o mantener una chamba en el gobierno; así como a la movilización clientelar de quienes pretenden ser candidatos, sin que la organización del partido haya sido capaz de formar conciencia ciudadana ni, mucho menos, identificación con su doctrina. El método de selección de candidatos no garantizó perfiles mínimos aceptables de quienes participaban en los procesos de democracia interna. En esta ocasión, además de lo anterior, el “método” se complementó con la “designación” de candidatos a diputados federales y algunos otros a nivel local, lo cual provocó molestia e indignación; pero, además, no mejoró el perfil de los candidatos.

El contenido de las campañas fue muy pobre y poco motivador, lejano a los ciudadanos y copió errores de contenido de la campaña federal; el lema “Vamos por más” como ya se ha señalado, resultó equívoco y a la postre generó un perjuicio; la reducción de tiempo de campañas afectó el contacto con los ciudadanos y no significó disminución de su costo.

El reto de la campaña panista para la gubernatura era contrastar las propuestas del candidato de la coalición sin incurrir en “campaña negativa” porque legalmente estaba prohibida; sin embargo, alguien decidió que esto no era necesario porque las “encuestas” señalaban un amplio margen de ventaja y fue más fácil descalificar las encuestas que señalaban lo contrario.

En la campaña se desarrolló una especie de aislamiento entre el partido (la generalidad de la militancia) y los integrantes de los equipos de campaña que no abrieron espacio al resto de la militancia, excepto para participar como representantes de casilla.

En resumen, la campaña no fue capaz de impactar en los ciudadanos, los jóvenes de 18 a 30 años que no tienen experiencia de los gobiernos del PRI en Querétaro, no fueron motivados ni tuvieron oportunidad de comparar las diferencias entre la propuesta del PAN y la de la Coalición y esta última concluyó ofreciendo un gobierno “sin colores”.

Debemos sumar a lo anterior el desgaste natural de doce años de gobierno panista y los ataques al gobierno de boca en boca incluidos los que se propagaron por la Internet sin la réplica adecuada.

El PAN tiene la obligación de realizar un profundo análisis de las causas del resultado, de su organización y también del seguimiento de logros y fracasos de sus gobiernos, si aspira a lavarse la cara con los ciudadanos. Ello implica reconocer errores y corruptelas para entonces hacer las necesarias correcciones así como un replanteamiento político y un compromiso renovado con México y con Querétaro. Este se tiene que dar especialmente con los más pobres. Además se deben plantear los cambios a la estructura jurídica del estado que están pendientes. También se requiere una democracia más

participativa y menos autoritaria, la cual no quisimos hacer cuando pudimos y ahora tendremos que negociar para lograrla.

En fin, es una amarga derrota, no es absoluta ni definitiva, pocas cosas en esta vida son definitivas. A quienes piensan que se inicia una larga época dorada para los tricolores, tiempo habrá para recordarles que cuando los resultados dependen de la voluntad de los ciudadanos, nada definitivo está escrito en estos nuevos tiempos de la democracia.

Si el gobierno de la alternancia resulta mejor que sus antecesores, el ganador será el pueblo de Querétaro, si además honra su oferta de inclusión y gobierno sin colores, todos estaremos contentos.

Al PAN le queda el reto de asumirse como oposición responsable en la Legislatura y como gobierno cercano a los ciudadanos en los ayuntamientos en los que logró el triunfo.

PRD, la izquierda y la elección del 5 de julio en Querétaro: límites, alcances y perspectivas

Arnulfo Moya Vargas⁴

El bien, quisimos el bien:
enderezar el mundo.
No nos faltó entereza:
Nos faltó humildad.
Lo que quisimos no lo
quisimos con inocencia

Octavio Paz

⁴ Es abogado por la Universidad Autónoma de Querétaro. Maestro en Derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México, Doctor por la Universidad Nacional Autónoma de México. Fue diputado local en el trienio de 1994 a 1997 por el PRI. Candidato a diputado federal por la Alianza por México en el año 2000. Candidato a diputado federal por el PRD en 2009.

Yo les agradezco a todos y cada uno de ustedes la generosidad de escuchar más que una visión de un político o académico, el testimonio de un ciudadano que ha tenido el privilegio de librar un combate más por la política en favor del pueblo. La mía es una opinión política que realizo a título particular y en el libre ejercicio de mis derechos constitucionales. No es, ni tiene por que serlo, una postura de dirigente partidista o de un grupo o facción.

En el presente trabajo expondré en primer lugar, algunas causas de los resultados electorales del Partido de la Revolución Democrática y sus implicaciones para la izquierda en el estado de Querétaro. En segundo lugar, desarrollaré algunas ideas sobre las reformas y estrategias que el PRD deberá abordar si se quiere evitar en el 2012 una nueva caída electoral.

Propongo abordar las causas de los resultados electorales del Partido de la Revolución democrática a partir del concepto “zonas de incertidumbre” que utiliza Panebianco en el “Modelo de Partido”. Las propuestas de reforma que propongo están en función del libro de Alan Ware sobre “partido y sistema de partidos”.⁵

⁵ Alan, Ware, Political Parties and Party Systems, Oxford University, United States, 1996, pp. 1 y siguientes.

Causas

Identidad ideológica y programática

En el PRD podemos decir lo que Felipe Gonzáles en 1996, cuando pierde la elección que le desaloja del gobierno: hicimos todo lo necesario para perder y lo logramos. En efecto, en la elección pasada, la sociedad nunca vio a un Partido de la Revolución Democrática con identidad ideológica ni programática. En el caso concreto de Querétaro, la diversidad de ideas, propuestas que se hacían en el nivel nacional por la radio y la televisión poco tenían que ver con los problemas concretos de los queretanos.

La confusión e incoherencia ideológica y programática se expresaban también en el terreno personal, por un lado Jesús Ortega Martínez pretendiendo liderar una campaña en la cual él, no competía como candidato pero usurpaba espacios en medios que hubieran tenido mayor rentabilidad si los hubiera distribuido a los candidatos locales o federales. Pero también observamos a Andrés Manuel López Obrador haciendo campaña del lado de los Partidos Convergencia y del Trabajo.

Los otros líderes de relieve dentro del Partido, Marcelo Ebrard, Amalia García, Leonel Godoy, Cárdenas, Gonzáles Garza, Zeferino Torreblanca se limitaron a cuidar sus feudos y no se involucraron en la elección.

Esa dispersión de mensajes y la falta de unidad en la acción fue percibida por la población que se preguntaba si López Obrador seguía en el PRD; que

se preguntaba si el PRD, PT y Convergencia eran lo mismo o qué o quien debía de ser apoyado con el voto.

La sociedad no podía apoyar a un partido dividido en las ideas y en los programas. Los mensajes que dominaron fueron los de conflicto, ruptura, y ningún electorado podía depositar su confianza en quienes no se ponían de acuerdo en asuntos diarios de los ciudadanos.

En Querétaro, las llamadas corrientes de Martín, Pablo, Enrique, Orlando y algunos otros, no tuvieron la generosidad para hacer a un lado sus diferencias personales y de intereses para trabajar primero por la unidad del PRD y, después, por una coalición de izquierda que incluyera a los partidos del Trabajo, Convergencia y Socialdemócrata. Las corrientes locales, al igual que las nacionales apostaron a participar en la elección para reproducir su fuerza y poder al interior, no para ampliar la representación política de la izquierda.

Relación con la sociedad

En esta elección se demostró lo débil de nuestra relación con la sociedad. Las universidades, los sindicatos, las asociaciones populares, campesinas y obreras culturales, etc. no encontraron en el PRD de Querétaro, ni en el PRD nacional, vínculos estrechos que le identificaran y ello ocasionó que se alejaran de nosotros el 5 de julio. En 2006, fuimos capaces de tomar el Zócalo y Reforma con cientos de miles de personas pero fuimos incapaces de continuar un trabajo de organización social durante los tres años siguientes. Dejamos la agenda de la sociedad por dedicarnos a trabajar la agenda partidista.

En Querétaro nuestros líderes partidistas no son líderes representativos o de prestigio en la sociedad queretana. En su historia local el PRD de

Querétaro le ha apostado más a las alianzas personales o de facción con el gobierno en turno y no ha apostado por la sociedad civil.

No hemos abanderado las demandas de la sociedad, no nos hemos apoderado de los centros de energía social: las escuelas, las universidades, los sindicatos, los ejidos, las colonias populares. Somos un partido que no ha creado un movimiento de jóvenes y mujeres como entidades sociales con poder propio.

En Querétaro los dirigentes del partido se apersonan ante las autoridades para tratar no la agenda de la izquierda, sino la agenda personal o de grupos que no implica a la agenda de la sociedad.

La burocratización en la que caímos nos impidió construir una base social de movilización electoral para el día de la jornada electoral.

Relación con los poderes públicos

En todo el país tenemos una relación subordinada con los poderes públicos. La elección de las dirigencias estatales y nacional con su correlato de división se proyectó en esta elección de 2009. Producto de la alianza entre Calderón y la dirigencia de Jesús Ortega el PRD ha estado subordinado y sometido al gobierno federal y ello fue percibido por los electores; por ello otorgaron también un voto de castigo no sólo al gobierno federal sino también a la dirigencia de Jesús Ortega.

En el nivel local recordemos que desde el periodo 2005 al 2009 se acentuó el grado de sometimiento del PRD a los intereses del gobierno estatal.

El ejercicio de gobierno en los municipios de Arroyo Seco y Tequisquiapan evidenció que no existía la madurez, preparación, capacidad ni menos aun la

convicción de izquierda. En el desempeño de gobierno no teníamos credenciales de gobiernos eficaces, de contenido social y no podíamos vender a la sociedad queretana un proyecto de izquierda.

Relación con los medios de comunicación

En la campaña que nos llevó a los resultados del 5 de julio faltó una relación dinámica, ágil, y moderna de comunicación. Los medios de comunicación empezando por la radio y la televisión expresaban una campaña estática, unilineal, repetitiva que no incorporaba las visiones de una izquierda que atrajera a los votantes.

Las menciones del PRD en noticieros eran para resaltar el conflicto y no las bondades de un proyecto de izquierda.

No supimos aprovechar una reforma electoral que tendía a equilibrar las condiciones de la competencia electoral mediática al prohibir la compra de espacios en radio y televisión; tampoco logramos detener las prácticas de compra de espacios que hicieron el PAN y el PRI.

Por nuestra parte, no obstante que algunos candidatos construimos la página de Internet para conectarnos con el electorado, omitimos considerar que todavía la televisión y la radio siguen siendo fundamentales y que no podían ser sustituidos dichos medios por la Internet.

Elección de candidatos

Otra causa de nuestra derrota reside en los errores de procesamiento de los candidatos. En el nivel nacional y en el nivel local dominó el principio de repartición de cuotas a las corrientes y no las condiciones de viabilidad de las candidaturas.

La legalidad interna en la asignación de candidaturas fue trastocada a favor del equilibrio entre las corrientes.

En la asignación de las candidaturas dominó la relación personal de amistad, de facción, interés económico y, como excepción se presentó la asignación por su trabajo partidista, por preparación profesional o liderazgo social.

Estructura electoral

En la campaña de este año fallamos en la estructura electoral. Tan importante es ganar votos como saber cuidarlos. En el caso del PRD, no existe la cultura de la organización electoral ni de promoción del voto. Quizá por falta de condiciones estructurales y orgánicas del propio partido, en el cual subyace la pugna del partido como estructura o el partido como movimiento social.

No se puede ganar una elección si no se cuidan las casillas en un contexto de elecciones en el cual, la presión sobre los votantes y la compra de votos son resabios de las condiciones fraudulentas en las cuales se han desarrollado las elecciones en nuestro país.

Financiamiento

Otro defecto en la elección fue el financiamiento de las campañas. Tenemos una estructura de financiación que depende, exclusivamente, del apoyo del IFE. Las dirigencias apoyaron a los candidatos en función de la probabilidad de triunfos y no en función de una estrategia equitativa y de incremento de la votación por distrito.

Estructura organizativa

En esta campaña fue clave el diseño de la estructura organizativa. No tenemos una estructura amplia en el territorio nacional ni local que permita aterrizar las campañas ni el trabajo electoral. En los hechos, nunca podíamos competir contra la estructura gubernamental que apoyaba a los candidatos de sus partidos ni tampoco podíamos competir con las estructuras del PAN y del PRI. Los candidatos escasamente podíamos resolver esta desventaja estando en plena campaña.

El hecho de asumir nuestras insuficiencias formales e informales no implica que ignoremos la estructura de poder económico y político del PAN y del PRI. Esta desventaja comparativa jugó su papel y tiene su peso específico en la elección pasada aunque por sí sola no explicaría los triunfos obtenidos por los partidos Acción Nacional y Revolucionario Institucional.

Reformas y estrategias

- 1.- La primera cuestión que tendremos que definir es qué partidos somos, cuántos afiliados quedamos, en dónde estamos los militantes de la izquierda del PRD. Sin esta primera definición por medio de una consulta nacional y de actualización del padrón difícilmente podremos remontar esta crisis del PRD.

Parte de esta definición incluye resolver, de una vez por todas, quién será el candidato presidencial. Esperar a tener candidatos a presidente y a los principales cargos de elección a nivel nacional y estatal equivale a repetir la historia de improvisaciones en materia electoral.

Continuar con la indefinición de liderazgos en el nivel nacional y local equivale a apostar a una inercia cuyos resultados están a la vista de todos. Ortega y todos los dirigentes estatales deben entregar sus cargos y se debe proceder a una renovación general de las dirigencias incluida la dirigencia nacional.

Una tercera acción inmediata será proceder a definir si vamos solos o en coalición al 2012. El PT y Convergencia deberán entender que por sí solos perderán el registro. Y el PRD debe entender que nosotros no podemos aislarnos de otras fuerzas sociales o políticas si queremos ganar la presidencia.

2.- Debemos recuperar nuestra relación con la sociedad civil. Los casi nueve millones de votos que perdimos en el nivel nacional nos indican que la sociedad nacional y de Querétaro no vieron un proyecto de recambio político en nosotros. Nuestra débil presencia en las instituciones de la sociedad civil obedece a que estamos alejados de las clases medias, de los campesinos, de los obreros y no se diga de las universidades y de los estamentos intelectuales.

La izquierda social no está dentro del PRD, ni tiene vínculos con nosotros y esto es preocupante. Debemos crear la presencia y participación en los diferentes segmentos sociales y hacer una política de izquierdas con ellos.

No tenemos un movimiento sindical, juvenil, de mujeres o universitario, no tenemos cuadros o dirigentes vinculados orgánicamente a los sectores representativos de la sociedad civil. Hay que crearlos.

Parte de la relación con la sociedad civil tiene que ver con actualizar nuestra agenda de izquierda. Es inconcebible que ante una crisis económica mundial que se vive no seamos capaces de generar una visión de país moderno y sigamos atados a los dogmas de la vieja izquierda.

3.- Nuestra relación con los poderes públicos debe ser de auténtica oposición responsable en los espacios de representación política en dónde perdimos la elección. En el nivel federal debemos emprender una crítica despiadada contra un modelo económico y político ineficaz e injusto que ha demostrado su inviabilidad con el desastre humanitario que ello implica.

Necesitamos ejecutar un programa de oposición radical en los fines y moderado en los medios. Dejar atrás el revolucionarismo verbal, la confrontación de banqueta, las querellas de facción o las calumnias y difamaciones. Hay que promover una política de transformaciones con el poder público o contra el poder público, pero siempre con la sociedad.

En nuestro ejercicio de gobierno y en nuestra conducta parlamentaria en los congresos todavía no expresamos la particularidad de la izquierda. O se reproducen los nombres y contenidos de los programas de los gobiernos del PAN y del PRI, o en el peor de los casos hasta malos ejecutores somos de dichos programas de gobierno.

Aquí en Querétaro el mandato de la ciudadanía es muy claro: al PRI le otorgó un mandato de cambio en el ejercicio de gobierno y a los demás partidos nos entregaron un mandato de oposición. Hay que ejercerlo.

- 4.- Nuestra relación con los medios no puede seguir así. Debemos aprender a escribir, a debatir, a conquistar a la opinión pública con un trabajo original de lucha política. Debemos aceptar que la idea de un mercado único de medios en materia electoral fue una idea nuestra incorporada en la legislación electoral. Es una herramienta legal nada despreciable y cuando se utiliza de forma incorrecta podemos utilizar las vías legales para hacer valer la equidad en el acceso a los medios. No falló la ley en este punto, fallamos los que teníamos el interés inmediato y directo en revertir las condiciones inequitativas en la contienda y no lo hicimos.

- 5.- Hay que elegir candidatos desde ahora. Si AMLO o Marcelo Ebrard o cualquier otro quiere la candidatura presidencial es mejor que una vez por todas se consulte no al PRD solamente, sino a toda la población. Un mecanismo de refuncionalización de la izquierda del PRD será, sin duda, las primarias abiertas a toda la población para definir candidatos y romper así el monopolio en el acceso a las candidaturas que hasta ahora tienen las corrientes internas.
- 6.- La reconstrucción del PRD como maquinaria electoral pasa por la creación de la estructura electoral y de movilización. Las maquinarias electorales no se hacen en un periodo de campaña como ya lo hemos comprobado. Las maquinarias electorales son proyectos de largo plazo y parten de la certeza de dos variables fundamentales de toda elección: el día y el lugar de las elecciones.

Mientras no resolvamos esta laguna estructural dentro del PRD nuestra precariedad electoral no podrá ser resuelta así tengamos los mejores candidatos y los mejores programas.

- 7.- El Partido de la Revolución Democrática deberá aprender a financiar sus actividades fuera del presupuesto público ante la reducción de las prerrogativas derivada de los resultados electorales.

En el nivel nacional la reducción recaerá casi en un cincuenta por ciento y en el nivel local el impacto será mayor.

Ahora ya no sólo de las prerrogativas de la autoridad electoral y de las cuotas de los militantes con cargos públicos se deberá financiar la actividad del PRD. Habrá que recuperar las formas de financiamiento privado contempladas en la legislación como las cuotas y otras actividades que permitan sostener un proyecto de trabajo de largo plazo.

8.- Si el PRD quiere sobrevivir tendrá que proceder a su reorganización interna. No somos un partido de masas, ni de cuadros, de comité o de asamblea; ni de células, en el sentido clásico del término, ni una maquinaria electoral, o un movimiento social. Hay que definir qué tipo de estructura organizativa queremos.

Hemos sido un partido de facciones en el sentido que señala Edmund Burke,⁶ de grupos cuya pretensión es promover un interés personal sea económico o político sin pensar en la nación. Grupos que lejos de evidenciar un pluralismo de ideas o de proyectos sólo expresan una pulverización de la voluntad de los militantes y que neutralizan la operación de un proyecto de gobierno institucional.

El partido debe territorializarse con un principio federalista que le permita tener flexibilidad orgánica, funcional y autonomía para lograr sus objetivos. Dejemos atrás la cultura de la línea del “centralismo democrático” o del caudillismo. Ya en los estados no pueden seguir funcionando las dirigencias como franquicias de Ortega, de AMLO, de Amalia o de Cárdenas.

⁶ Edmund, Burke, “Thoughts on the Causes of the Present Discontents”, in Louis I. Breadvold and Ralph G (eds.), *The Philosophy of Burke Edmund*, University of Michigan, 1960, p.134. La traducción de la cita es del autor de la ponencia.

Reflexión final

A cinco semanas de la elección constitucional todavía no existen indicios de que en el PRD se entienda la llamada de atención de los electores. La elección de anteayer del Coordinador parlamentario del PRD, sin cuestionar su competencia u honestidad, simboliza otra vez la repartición por cuotas del poder. La asignación de presidencias de comisiones y de la Mesa Directiva expresa que la dispersión de poder sigue latente y que la modificación del entorno y del medioambiente electoral no es el factor que incida para motivar la transformación dentro del PRD.

Por otra parte la persistencia de Jesús Ortega de mantenerse en la dirigencia formal, con la anuencia tácita y expresa de los grupos del PRD refleja una actitud de complicidad y de falta de valor para encarar un proceso de renovación institucional. Esta persistencia en administrar de forma dudosa la legalidad interna se expresa cuando los grupos nacionales ratifican al señor Jesús Ortega en un ejercicio de abierta violación a los estatutos que no permiten la ratificación realizada la semana pasada.

Por otro lado, el anuncio de la expulsión y suspensión de derechos de miles de afiliados perredistas, sin derecho de audiencia, bajo el argumento de que fueron candidatos por otros partidos o que los apoyaron a éstos y que se mantenga en secreto los nombres, expresa más una visión autoritaria e ilegal propia de un partido de las peores épocas del llamado “socialismo real” y no de un partido democrático de izquierda.

Hoy el país vive un pluripartidismo incipiente, que si bien no se autodefine en términos ideológicos desde sus prácticas, si descansa en el eje centro-

izquierda, centro-derecha, por los tres grandes partidos que parece ser que consolidaron el régimen de partidos: PAN, PRI y PRD. Desde la “caída del sistema” en 1988, el PRI sigue en declive --excepto en 2009-- y las lealtades electorales se han trasladado transitoriamente al PAN, al PRD, a otros partidos de menor peso electoral y al abstencionismo. México no ha tenido un solo sistema electoral, propiamente dicho. No ha tenido sólo un sistema de partido único. Tampoco hemos llegado a tener un sistema de corte bipartidista. El bipartidismo exige condiciones de cultura, de realidad social y económica que aún no tenemos los mexicanos, pues somos una diversidad no abarcable en sólo dos opciones. En México, no hemos tenido la experiencia de la consolidación de dos grandes fuerzas que alternativamente gobiernen y turnen la estafeta, como sucede en los Estados Unidos, en Inglaterra o en Alemania. Es más, el bipartidismo requiere una consolidación democrática que México no ha logrado aún. Se necesita un tipo de sociedad que no es exportable.⁷ Según Neumann,⁸ este sistema bipartidista conviene a los “pueblos satisfechos” que están de acuerdo en los principios básicos de la Constitución y en las políticas globales del gobierno y que disienten sólo en cuestiones parciales, accesorias.

La crisis del PRD puede resolverse atendiendo al símil de la teoría jurídica que dice que cuando surge una laguna en el derecho --ya sea por que el problema escapa a habilitación de las hipótesis previstas en la norma original (laguna subjetiva) o por que el problema nunca fue previsto en dichas normas (laguna objetiva)-- por que atendiendo a las posibilidades del ordenamiento jurídico extrayendo las soluciones dentro del propio sistema normativo (auto

⁷ Según la palabra empleada por Robert Michels.

⁸ Sigmund Neumann, *Partidos Políticos*, pp. 605 y 606.

integración); o por el contrario buscando fuera del propio ordenamiento la solución al problema planteado (heterointegración).

Pues bien, en el caso del PRD puede resolver su crisis apelando a las soluciones ya ensayadas y que no han podido resolver el problema de conquistar el poder, o que cuando lo han hecho lo hacen de forma deficiente (auto integración). O puede acudir a soluciones externas (heterointegración), fundando otro partido, cambiando radicalmente a las personas, los planes y programas, los procedimientos, por ejemplo. Hasta ahora se ha venido imponiendo el polo de auto integración que desafortunadamente ha fallado en su historia efectual para desgracia del país.

El factor Calzada

Juan Antonio Isla Estrada⁹

José Calzada no hubiese ganado sin el apoyo de una buena campaña que fue creciendo, en tanto que fue en aumento la percepción de que su triunfo era posible. La campaña no hubiese, por sí misma, tenido el éxito que tuvo, si no hubiera contado con un candidato con ciertos atributos de carácter y personalidad como fueron el arrojo, el temple, la disciplina y la valentía que fueron decisivos para convencer al electorado de que la alternancia era posible. Las interpretaciones de las causas de la derrota panista y de su candidato han sido (y seguirán siendo) materia de estudio. Sin pretender hacer un análisis político bajo los esquemas tradicionales, sostengo la hipótesis de que los méritos de la elección del 5 de julio se concentran en una persona. Para ello describo breves anécdotas que sirven para ilustrar la determinación de un individuo que se propuso una meta y la logró, cuando muy pocos creían en la posibilidad de su triunfo. En mi perspectiva, esa convicción fue el factor que provocó un contagio que se multiplicó y terminó expresándose en las urnas.

Las adversidades endógenas que debió superar son dignas de otro estudio. Sobre ellas y los factores externos de esta singular campaña haré mencio-

⁹ Excolaborador del gobierno de Mariano Palacios Alcocer, donde ocupó la Secretaría de Educación y Cultura, Juan Antonio Isla Estrada fue nombrado coordinador de asesores del gobierno de José Calzada. Esta ponencia que había sido prevista para el foro no llegó a ser presentada por problemas de la organización, pero se publicó en los medios locales.

nes concisas. Me centro en tres breves relatos que pintan la resolución que tenía José Calzada de llegar al gobierno, móvil que fue decisivo para proyectar el ánimo a un electorado que paulatinamente (de manera especial en el último tramo de los cuarenta y cinco días de campaña) se fue preparando para revertir las tendencias.

En lo personal, estoy convencido que ese carácter intrépido y un temperamento riguroso para no dejarse doblegar por las dificultades y mantener el ánimo alto, fueron claves en un candidato que fue transmitiendo sus fortalezas frente a las debilidades de su principal oponente.

Se necesitaba temple para no dejarse dominar por la férrea resolución de su contrincante interno, por la inclinación tendenciosa de ciertos medios de comunicación que apostaron y se alinearon al candidato panista; para no sentirse derrotado al mirar cotidianamente las preferencias electorales (fueran reales o manipuladas).

Se necesitaba carácter para revertir condiciones de limitados recursos para enfrentar la campaña, para remontar una desventaja real ante una marca poderosa y aparentemente invencible, para enfrentar al aparato de Estado que apostó hasta el final por dar continuidad a su proyecto político y económico y que intentó a toda costa evitar las incomodidades del escrutinio en la coyuntura de una entrega-recepción a los opositores. Se necesitaba pues más que coraje, creatividad y audacia.

Las siguientes son algunas demostraciones de ese espíritu que se convertirán en fragmentos de la crónica, aún no escrita, sobre un triunfo electoral inesperado. Lo demás son números, proyección de cifras con variables y referentes, gráficas y herramientas de la nueva ingeniería electoral. Aquí lo de-

cisivo fue un ánimo, una potencia, que fue contagiando a una sociedad que empezó a creer que era viable un cambio.

No pretendo recitar el elogio del Príncipe, ni ser el narrador oficial de la hazaña de un político, ni hacer de esta exposición una apología que se confunda con zalamería barata. Busco una razón diferente a las causales tradicionales del análisis político que fijan más su atención en los comportamientos sociales de masas (sin contar los complejos estímulos que los producen). Trato de encontrar en esa suma de carisma y liderazgo, que cobró en los días previos a la elección una fuerza ascendente, la causa-efecto de la actuación de una mayoría ciudadana que parecía no estar dispuesta para el cambio.

José Calzada, en el Salón Gobernadores de la Casa de la Corregidora, sede del Poder Ejecutivo. A su lado, Francisco Garrido, que iniciaba su administración, intenta un diálogo con el entonces secretario estatal de la CNOP cuando se percató que Calzada está distraído viendo los retratos de los gobernantes que ha tenido Querétaro en su historia. Garrido le pregunta si anda buscando el cuadro con el retrato de su padre (que gobernó la entidad de 1973 a 1979). Calzada le responde. “No, no busco en dónde está el cuadro con el óleo de mi padre, sino dónde va a quedar el mío”. Garrido respondió con esa media sonrisa que parece burlona pero que es en realidad un gesto nervioso, mitad inseguridad y mitad satisfacción egocéntrica. Calzada, al notar la incredulidad del gobernador, insiste: “Se lo aseguro”.

En el 2007 en su oficina local de enlace como Senador de la República, Calzada estaba reunido con un grupo de colaboradores que le apoyaban en gestiones y trabajos relacionados con su responsabilidad como legislador. De pronto, un asistente irrumpió en la oficina para informarle que un grupo de

personas que venían de Amealco querían entrevistarse con él y que les estaba convenciendo que regresaran otro día. El senador se puso de pie y dijo: “No, no, de ninguna manera. Hazlos pasar. Porque así van a ser los próximos siete años”. Todos los que estaban ahí se preguntaban qué había querido decir el Senador. Algunos lo adivinaron.

Poco antes de ser candidato, en la oficina que sería de campaña, se apreciaba un movimiento que iba creciendo. Mucha gente entraba y salía. La gran mayoría hablaba con Calzada lo cual despertaba desconfianza de algunos de sus allegados quienes advertían en los nuevos simpatizantes orígenes ‘sospechosos’, nexos con los adversarios de dentro y de fuera, supuestas filtraciones y prevenían al senador con licencia. Éste los escuchaba pero decía: “Hay que sumar, hay que sumar”. Al final sumó un equipo abundante y entusiasta, la incorporación de numerosos panistas a su proyecto, la percepción de que el triunfo era posible y 324,199 mil votos.

En el mes de junio todo era especulación. En los cafés, en las calles, en la sobremesa de los hogares, en los transportes públicos, toda la gente decía que votaría por Calzada. Voto de castigo, torpeza de los estrategas de González Valle, voto de clóset en contra de Garrido. Lo que fuera, el rumor creció como una ola gigantesca. Ya nada ni nadie podía frenar el ánimo de la gente.

Lo que fue el síntoma definitivo de ese entusiasmo popular se dio el sábado 27 de junio por la tarde. Una caravana roja de más de 10 mil simpatizantes priístas caminó del estadio Corregidora para dirigirse al Jardín Zenea. En la explanada del estadio se celebraría al mismo tiempo el cierre de campaña del candidato panista. Ésta concentración, de no más de tres mil personas, fue dispersada por la lluvia, mientras que la multitud púrpura se concentraba

en el centro histórico. El mitin fue algo nunca visto en Querétaro. Sin los tradicionales acarreados y bajo el augurio de un cielo despejado. La tormenta vendría después.

Miles de personas, entre los que destacaban especialmente mujeres y jóvenes, provenientes de colonias populares y comunidades rurales, vibraron con la alocución de Calzada que caminó por el templete improvisando un discurso persuasivo, emotivo y alborotador. La muchedumbre se prendió con una retórica sencilla y espontánea que denunciaba las maniobras de lo que se perfilaba como una elección de Estado: “nos quitaron la publicidad de los taxis y pusimos más; al ‘ánimo’ le quitaron su bandera y le dimos dos”.

El contraste entre el ambiente del cierre de las campañas panista y priísta fue el anuncio de lo que se confirmaría una semana después. Un analista presente en el Jardín Zenea hizo su pronóstico: los dos candidatos habían llegado el sábado 26 con un empate técnico. Desde ese momento, Calzada se separaría con un punto porcentual de diferencia cada día. Su vaticinio casi se cumple de manera puntual.

La victoria de Calzada fue resultado de numerosos factores que no viene al caso repetir. Su triunfo sorprendió a quienes desconocían ese ánimo poderoso, esa terca convicción, ese empeño que parecía testarudo, ese dominio de sí mismo cuando a media campaña miraba los encabezados de los impresos que insistían en difundir la inalcanzable ventaja en los sondeos sobre intención de voto.

No fue el resultado electoral del 5 de julio un caso fortuito. Por supuesto que contribuyeron a él un contexto nacional nada favorable al PAN, un hartazgo de la gente sobre un gobierno local distante y altanero, la crisis econó-

mica, el recelo por el tratamiento gubernamental en el caso de la influenza, la división interna del PAN local, la guerra sucia que prevaleció durante su proceso, un candidato impuesto, sin carácter y sin estrategia adecuada.

Pero enfrente había una fe inquebrantable del corredor que terminó al final separándose del pelotón. Como en esa carrera atlética larga y con obstáculos llamada ‘steeplechase’, Calzada superó vallas, dejó atrás a sus adversarios del interior y de fuera, asumió personalmente su campaña, personalmente diseñó la agenda y la estrategia, personalmente coordinó la organización y personalmente enmendó las propuestas de comunicación política y desdeñó el tradicional discurso; personalmente se arrogó los aciertos y los errores. Entre estos las vacilaciones sobre la fórmula en la presidencia municipal. Entre aquellos la táctica para la defensa del voto, la organización de las redes, la incorporación de la tecnología digital a una campaña fresca en donde los jóvenes fueron decisivos; personalmente diseñó espectaculares y frases, discretamente se guardó los discursos en el bolsillo y personalmente asumió los riesgos de dejar ir vivo en el debate a su principal contendiente.

Calzada pasó por encima de las tendencias de una marca que parecía imbatible, venció a un individuo (el gobernador Garrido) que hasta el 5 de julio no había perdido un asunto, una elección, pero que se equivocó en sostener a un candidato vulnerable; saltó la barrera de su propio partido en lo local y lo nacional (los comités de ambas instancias fueron creyendo al final que se podía remontar la ventaja pero en un principio fueron más bien indolentes y escépticos), libró el muro mediático y nunca perdió el ánimo. Al final, contagió al electorado y logró el reconocimiento de quienes ni remotamente apostaban por un resultado favorable.

Mi análisis puede parecer subjetivo, es posible que sobredimensione al protagonista solitario de la carrera, pero quiero ser honesto en mi interpretación. No es mi afán magnificar una leyenda, subrayar la idea de un fenómeno, ni hacer el panegírico del éxito de un sólo hombre. Siempre será más cómodo hacer la crónica de una victoria. La exaltación es el fruto amargo con el que se envenenan los ganadores y a nadie le gusta recoger la visión de los vencidos.

El resto del análisis cae en el simplismo: Calzada se montó en la cresta de la ola roja y solamente no pudo ganar en la capital con un compañero de fórmula desalineado y en los municipios de la sierra en donde el PAN invirtió fuertes cantidades de recursos con etiqueta electorera.

A todo esto, el órgano electoral se comportó a la altura de las circunstancias. El IEQ en otras manos podría haber caído en la tentación del fraude, en otras condiciones el fantasma de la manipulación podría haber hecho peligrar un triunfo legítimo.

Y finalmente, uno de los éxitos de Calzada fue hacer una campaña al lado de su familia. En los momentos importantes estuvieron a su lado la esposa y los hijos. Sandra Albarrán resultó una revelación. Hizo campaña al lado del candidato y por su cuenta. Convenció y llenó una intensa agenda de visitas y encuentros para hacer proselitismo. La gente le dio su voto a ella también.

En conclusión, la elección del 5 de julio en Querétaro nos ha dado varias lecciones. No hay candidato fuerte con partido fracturado, un candidato no gana solo con recursos o carisma, en una democracia las imposiciones no funcionan, no existen colores eternos, los gobiernos se ponen a prueba en los comicios, los ciudadanos cuentan, la sociedad aprueba o rechaza, la gente tuvo el valor.

Ahora, en la soledad, el gobernador electo trata de armar un rompecabezas que tiene demasiadas piezas negras. El escenario no podría ser más complicado: enfrenta una transición sin recursos, una expectativa de signos diversos y una crisis económica sin precedente en las últimas tres décadas. A partir del primero de octubre, Calzada deberá mostrar los primeros avances de su proyecto, tendrá que dar los primeros pasos de una carrera que esta vez será imposible que camine de manera solitaria.

Se terminó de imprimir en el mes de mayo de 2012 en los talleres gráficos de la

Universidad Autónoma de Querétaro.

(Prolongación Pino Suárez 467-E, Col. Ejido Modelo, Querétaro, Qro.)

Se tiraron 1000 ejemplares, más sobrantes para su reposición.