



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**“LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2006  
EN LA PRENSA MEXICANA:  
*EL UNIVERSAL, REFORMA, LA JORNADA,  
EXCÉLSIOR Y MILENIO*”.**

## T E S I S

PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE:  
**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:  
**RAÚL MORENO GONZÁLEZ**

ASESOR:  
**ROBERTO SÁNCHEZ RIVERA**



CIUDAD UNIVERSITARIA

OCTUBRE DE 2009



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mis padres Silvia y Raúl por su afecto,  
generosidad y honestidad.*

*A mi compañera Rosario, y mis hijas,  
Aura Mariana e Isabel, por su cariño y apoyo*

*A mis hermanos Jimena y Diego,  
a los que admiro, respeto y amo.*

*A mis abuelos, Cata y Raúl,  
ejemplos de amor a la vida, al trabajo y a la familia.*

*A mi tía Patricia por su cariño,  
y quien siempre me alentó a terminar la tesis.*

## Índice

	Página
Introducción	3
I. Los medios en el entorno electoral	17
1.1. Antecedentes	28
1.2. Los Candidatos	46
II. Enero-Julio, El proceso electoral	52
2.1 Las Encuestas	60
2.2 Las Encuestas de Enero	63
2.3 El Primer Debate	68
2.4 Las Encuestas de Mayo	76
2.5 El Segundo Debate	79
2.6 Las Encuestas de Junio	83
III. El Cierre de Campañas	86
3.1 El 2 de julio	90
3.2 El Día Después de los Comicios	95
3.3 El Conflicto postelectoral, la Incertidumbre	100
V. Conclusiones	103
VI. Cronología	108
VII. Bibliografía	120
VII. Hemerografía	122

## Introducción

El 2 de julio de 2006, la democracia mexicana sufrió un severo golpe de credibilidad al no poder consolidar su objetivo central: organizar elecciones transparentes, imparciales, equitativas y creíbles.

El largo camino recorrido por las fuerzas políticas para alcanzar un acuerdo encaminado a dar certeza y rumbo a los procesos electorales, y que se concretó con la reforma electoral de 1996, se vio seriamente afectado por la intervención abierta del ejecutivo en las elecciones de 2006.

La violación más grave al proceso electoral fue hecha por el presidente Vicente Fox, quien con su intervención descarada para hacer ganar a su candidato, utilizando las instituciones de la República para atacar a sus adversarios políticos, puso en riesgo la validez de una elección que en términos jurídicos pudo haber sido anulada.

El mismo Tribunal Electoral reconoció pública y oficialmente que Fox intervino hasta el grado de poner en riesgo la elección. Esta aseveración hecha por la máxima instancia electoral del país dejó impune al mandatario panista y pasó por alto la violación que cometió de manera reiterada a la ley durante el proceso electoral.

Incluso, casi un año después de dejar el cargo de presidente, Vicente Fox reconoció sin medida alguna que al final de su mandato se metió en el proceso electoral para favorecer al candidato panista Felipe Calderón, confesión que ha corroborado la idea de que fue una elección de Estado.

Para muestra un botón. El 12 de febrero de 2007, siete meses después de la elección, Vicente Fox ofreció una conferencia en el prestigioso Centro Kennedy de Washington, en dónde en un auditorio extranjero y de cara a la opinión pública declaró: “Yo tuve mi propio problema con el alcalde de la

Ciudad de México, Andrés Manuel López Obrador...tenía un dilema: por un lado respetar la orden del juez o por otro el reclamo de López Obrador de que su candidatura a la Presidencia se respetara. Fue una decisión difícil y perdí. Él obtuvo hasta el 80 por ciento del respaldo de la gente para que se respetara su derecho a participar como candidato a la presidencia, retiramos el juicio político y pagué los costos. Pero 18 meses después obtuve mi victoria. El día de la elección ganó el candidato de mi partido. ¡Me desquité!”

Esta declaración, la cual no fue motivo de sanción por algún órgano jurisdiccional y sin que mediara apremio alguno por la autoridad electoral, fue otro golpe más del foxismo al andamiaje institucional que se ha construido en México a partir de la creación del Instituto Federal Electoral (IFE) en 1990, cuya principal misión es la de organizar elecciones libres, transparentes y equitativas.

A partir de ese año, las fuerzas políticas lograron establecer un pacto para realizar elecciones democráticas. Como parte de ese pacto<sup>1</sup> nació el IFE y su brazo jurídico, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), responsable de validar las elecciones.

Al no contar con un marco jurídico elaborado en consenso con los partidos políticos para impedir y sancionar la intervención del gobierno y grupos económicos en la elección de 2006, el IFE fue rebasado y su desempeño como árbitro de la contienda se limitó a la organización operativa de la elección y al conteo de votos.

Dotado de autonomía y responsable de organizar las elecciones, el Instituto Federal Electoral no realizó modificaciones a su legislación a lo largo del

---

<sup>1</sup> Los contenidos fundamentales de ese pacto eran tres: a) La imparcialidad de las autoridades electorales, tanto de las organizadoras de las elecciones federales, el IFE, como de la autoridad jurisdiccional, el TEPJF. b) La tipificación de delitos electorales en el código penal y el establecimiento de una fiscalía especial para investigarlos y perseguirlos. c) mayor equidad en el financiamiento a los partidos políticos, en el acceso a los medios de comunicación masiva y en el establecimiento de un tope a los gastos de campaña.

sexenio de Fox, lo que provocó un vacío en la reglamentación de las campañas electorales, que se adecuaron a las nuevas circunstancias de la competencia política, dónde los medios de comunicación, principalmente la televisión, fueron los espacios en los que se dirimió la elección.

Sorprende que durante los seis años del gobierno foxista, el ejecutivo no haya presentado una sola reforma que perfeccionara la legislación electoral mexicana. Por el contrario, el presidente frenó la evolución reformista que los anteriores gobiernos emanados del PRI le dieron al IFE y a la legislación electoral. Incluso, en los sexenios de Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo cuando los partidos políticos y las organizaciones sociales del país llevan a cabo las reformas más importantes al sistema electoral mexicano, con la creación del IFE mediante la ciudadanización de los procesos bajo la figura de los consejeros electorales. También se concreta la creación del Tribunal Federal Electoral, que se va a encargar de calificar o invalidar las elecciones; es la última instancia electoral para resolver de manera jurídica los resultados de las votaciones en caso de irregularidades o impugnaciones.

En los seis años de su gobierno, Vicente Fox aprovechó su investidura presidencial para intervenir y favorecer a su partido tanto en comicios federales como locales, en abierta violación a la ley electoral. En la elección presidencial de 2006, el ejecutivo llegó al punto de la impunidad al alentar una campaña de insidia y en extremo onerosa desde el punto de vista económico contra los partidos políticos, en especial contra los candidatos del PRD y PRI. Fox, efectivamente, comenzó su escalada injerencista desde la fase preelectoral con una derrota dentro de su propio partido. En la contienda interna panista, Fox no logró imponer a su secretario de Gobernación, Santiago Creel, como candidato presidencial. El panismo histórico, por así llamarlo, venció al candidato presidencial y ganó la candidatura con Felipe

Calderón, quien fue defenestrado por el propio presidente cuando el gobernador de Jalisco, Francisco Ramírez Acuña, lo postuló.

Sin embargo, uno de los mayores costos del activismo electoral del presidente, fue que durante y después del proceso electoral, el país no tuvo en el Ejecutivo el factor de mediación que mantuviera un espacio de interlocución entre las fuerzas políticas, pues todo el poder del presidente se puso a disposición de una causa partidista y electoral.

Por esa razón, en los comicios presidenciales de 2006, el proceso electoral y los resultados de la votación pusieron en riesgo a las instituciones públicas del país.

La sucesión presidencial desató fuertes intereses en los que se involucraron fuerzas de los diversos grupos de poder económico y político que se manifestaron a través de los partidos y sus candidatos. El proceso y sus resultados abrieron una interrogante sobre la nueva forma de hacer proselitismo electoral en los medios de comunicación. El papel que desempeñaron los medios fue decisivo en las preferencias electorales de los votantes.

Los medios de comunicación también fueron instrumentos decisivos para los propósitos político-electorales del gobierno de Fox, que los utilizaron para desplegar desde el poder una campaña mediática de polarización y desprestigio contra el PRD y el PRI.

Si algo puede afirmarse es que la elección de 2006 no fue transparente políticamente, por lo que existe todavía incertidumbre en el proceso mismo. Existe la verdad legal de los hechos, en los que Calderón ganó por una mínima diferencia la presidencia de la República, pero lo que aún no queda claro es el papel que jugaron los medios en una contienda caracterizada por la falta de propuestas y el predominio de las acusaciones falsas y descalificaciones a

priori, principalmente a los candidatos del PRD y el PRI. Es sintomático que en los meses posteriores al 2 de julio se han publicado libros que intentan ordenar, darle coherencia y significado a los hechos<sup>2</sup>. Sin embargo, por lo relativamente reciente de los acontecimientos el análisis aún es limitado y la reflexión escasa. Incluso hay que destacar que las publicaciones han sido blanco del descontento de grupos que se sienten afectados por las versiones que allí se ofrecen sobre las diversas etapas del proceso electoral.

Por lo anterior la hipótesis de esta investigación es que en la elección presidencial de 2006 fue determinante la intervención del Ejecutivo para que su candidato lograra el triunfo, rompiendo el principio de equidad y de Estado, en la que el presidente de la República utilizó todo el poder a su alcance para impedir que un candidato de izquierda, Andrés Manuel López Obrador, llegara a la presidencia.

En la parte teórica de esta investigación, se eligió la Agenda Setting como un instrumento que nos ayude a entender el complejo entramado que significa la comunicación de masas, en este caso la prensa, con el público en general.

En base al análisis de textos-bibliografía y hemerografía-ésta investigación intenta dar una explicación a los sucesos que ocurrieron en la elección de 2006 en la prensa mexicana. Las fuentes primarias durante, antes y después del proceso electoral son los cinco diarios, que por su tiraje y alcance se denominan nacionales. El reportaje como género periodístico se aplica en esta

---

<sup>2</sup> Jenaro Villamil y Julis Scherer Ibarra *La Guerra Sucia de 2006* Ed. Grijalbo, Oscar Camacho y Alejandro Almazán *La Victoria que no fue* Ed. Grijalbo, Carlos Tello Díaz *2 de julio*. Editorial Planeta, Jorge Fernández Menéndez *Calderón Presidente* Editorial Mondadori, Salvador Camarena y Jorge Zepeda *El Presidente Electo. Instructivo Para Sobrevivir a Calderón y su Gobierno*. Editorial Planeta, Federico Arreola, *Las razones del descontento* Editorial Aguilar, Ricardo Monreal *El fraude que no se vio* Editorial particular, Socorro Díaz *Reporte 2006. El desquite*. Tinta Editorial, Roger Bartra *Fango sobre Democracia*, Editorial Planeta, Elena Poniatowska *Querido AMLO, te abraza Elena* Editorial Planeta, Alejandra Lajous *Confrontación de Agravios. La postelección de 2006* Editorial Planeta, Andrés Manuel López Obrador *La mafia nos robo la presidencia* Editorial Grijalbo y Fernando Pliego Carrasco *El mito del fraude electoral en México* Editorial Pax

investigación, pues la interpretación de los sucesos- a través de la prensa-nos lleva a desentrañar el papel que jugaron los diarios durante el proceso electoral de 2006.

La Agenda Setting parte de la hipótesis de que los medios de comunicación y en éste caso los diarios de circulación nacional ejercen una influencia en la conformación del debate de la opinión pública, y de la sociedad en general.

De acuerdo con el creador de la Agenda, Maxwell McCombs, la teoría se construye a partir de una “hipótesis parca sobre los efectos de la comunicación de masas en la atención pública a los asuntos sociales y políticos, esta teoría se ha ampliado hasta incluir ideas sobre las eventuales circunstancias en que se dan dichos efectos, las influencias que dan forma a la agenda mediática, el impacto de determinados elementos en los mensajes de los medios y las variadas consecuencias de este proceso de establecimiento de la agenda. La teoría de la Agenda-Setting se ha convertido en un mapa que da cuenta, con todo lujo de detalles de la agenda mediática y de sus efectos”<sup>3</sup>.

La Agenda Zetting, que en su traducción al español significa “estableciendo la agenda”, evolucionó a partir de una descripción explicativa de la influencia de la comunicación de masas en la opinión pública sobre temas del momento. En esta investigación se pretende, bajo esta metodología, describir e interpretar la influencia que tuvieron los cinco diarios en la agenda de los tres principales candidatos a la presidencia de la República. Con esta misma metodología también se observa como el objeto de estudio-lo medios impresos- fijan la agenda del debate de las campañas electorales en cuanto no sólo la de los candidatos presidenciales sino de todo el proceso que encierra varias elecciones en una sola jornada electoral, es decir, simultáneamente la renovación del Congreso de la Unión, la jefatura de gobierno para el Distrito

---

<sup>3</sup> McCombs Maxwell, *Estableciendo La agenda*, p 13. Ed Paidós. Ed. 2004.

Federal, y las gobernaturas de Jalisco, Guanajuato y Morelos. Si bien está investigación se concentra únicamente en el periodo electoral presidencial de seis meses que oficialmente inicia en enero y concluye el dos de julio, también aborda de manera muy superficial los otros procesos. Esto con el propósito de establecer que la Agenda Zetting también se puede aplicar a los otros procesos electorales paralelos al presidencial. El interés de los diarios se concentra mayoritariamente en la elección presidencial, que es la que marca la pauta del debate sobre los temas que retoma la prensa para, a su vez, fijar la agenda mediática.

Actitudes, opiniones y comportamientos de los candidatos son retomados por los diarios para sus lectores. Esta selección de temas implica una cuestión ética en términos a que es lo que proponen los medios. “Lo que el público necesita saber” es una frase recurrente en el repertorio retórico del periodismo profesional. Pero ¿Realmente representa la agenda mediática lo que el público necesita saber?. El papel de los medios informativos, en este caso los diarios de circulación nacional (*El Universal, La Jornada, Excélsior, Reformay Milenio*) como fijadores de la agenda vincula el periodismo y su tradición narrativa con el ruedo de la opinión pública.

Para los periodistas, este fenómeno del que ahora hablamos como el papel de los medios informativos como fijadores de la agenda supone una formidable cuestión ética de carácter global, respecto a cuál es la agenda que proponen los medios.

Las informaciones de la prensa y la televisión se limitan a señalar la existencia de hechos y asuntos importantes. Los editores y los directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las

cuestiones del repertorio público es lo que se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos.

La agenda de los medios informativos se convierten, en gran medida, en la agenda pública. Los medios informativos establecen la agenda del público. El papel como fijadores de la agenda que tienen los medios informativos consiste en su influencia sobre la relevancia de un tema, es decir, sobre si un número importante de personas piensan que vale la pena tener una opinión del tema en cuestión. Aunque hay muchos temas que compiten por la atención pública, sólo unos pocos tiene éxito, y los medios informativos ejercen una gran influencia sobre nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día.

Un ejemplo representativo de como los medios de comunicación fijan la agenda del público fue el caso de René Bejarano, secretario particular del abanderado presidencial perredista, Andrés Manuel López Obrador. El miércoles tres de marzo de 2004, casi dos años antes de que iniciara formalmente el proceso electoral, se desató el famoso escándalo del “*videogate*”, que fue transmitido por la empresa Televisa en cadena nacional en su noticiero matutino *El mañanero* conducido por Victor Trujillo, quien personifica al payaso “*Brozo*” . El video trasmite escenas donde René Bejarano se llena las bolsas de billetes y se observa claramente cargando una maleta llena de dinero, lo que evidencia la corrupción en el entonces gobierno del Distrito Federal. Esta escena fijó la agenda mediática de todos los medios informativos, que a su vez, la convirtieron en el tema obligado de los ciudadanos, los partidos políticos, la Iglesia, académicos, intelectuales, opinión pública, entre otros. El poder de penetración de la televisión y su decisiva influencia en la conformación de la agenda, permitieron que este caso fuera el tema central durante varios meses y, que también fuera manipulado

por el gobierno y su partido Acción Nacional con el objetivo de desprestigiar y echar abajo la candidatura de la izquierda mexicana encabezada por el jefe de gobierno Andrés Manuel López Obrador.

En la coyuntura de una elección presidencial los medios se vuelcan a la cobertura puntual de las actividades de los candidatos. Previo a los meses del día de la elección, los diarios compiten por la atención pública, y reflejan en sus ocho columnas los temas que consideran más relevantes colocar en el centro del debate. Por ejemplo, las encuestas también es la manera más representativa de cómo los medios fijan la agenda de los candidatos, sus estrategias y el debate del público en general. Basta con que uno de los diarios que aquí analizamos publique una encuesta de las preferencias electorales de los ciudadanos sobre los candidatos presidenciales para que sea el punto de debate en columnas periodísticas, analistas de radio y televisión, y la opinión pública en general. Por lo tanto, los medios informativos pueden establecer la agenda del debate y del pensamiento del público.

La prensa establece la agenda del debate público y determina aquello de lo que la gente hablará y en lo que pensará. Se trata de una autoridad que en otros países queda reservada únicamente al poder político y económico<sup>4</sup>. El establecimiento de la agenda no postula unos efectos todopoderosos de los medios. Ni tampoco considera a los miembros de la audiencia unos autómatas, que están ahí esperando que los medios informativos vengan y los programen. La agenda zetting asigna un papel central a los medios informativos a la hora de dar inicio al repertorio de la agenda pública. La información que

---

<sup>4</sup> “Ninguna ley importante del Congreso estadounidense, ninguna aventura exterior, ningún acto diplomático, ninguna gran reforma social pueden tener éxito en Estados Unidos, a menos que la prensa prepare la mentalidad del público. Son los medios y sus retratos del mundo los que establecieron la agenda del público.” Theodore White, *The Making of the president*. Pag.18.

suministran los medios informativos juegan un papel central en la construcción de nuestras imágenes de la realidad.

La opinión convencional es que la televisión es el medio poderoso e impresionante de nuestro tiempo. Pero si consideramos brevemente la historia natural de la mayoría de los temas relacionados con hechos noticiosos de relevancia, la mayor capacidad de los diarios en relación con la televisión significa que las audiencias suelen tener un mayor periodo de tiempo para aprenderse la agenda de los periódicos. Los noticieros de televisión se parecen más a las primeras páginas del periódico, en cambio, los lectores de diarios pueden tener una considerable exposición a un tema mucho antes de que alcance siquiera lo más alto de la agenda de la televisión.

La prensa tiene características distintivas y altamente contrastantes frente a los medios electrónicos: el lector de periódicos y revistas es un receptor activo, puesto que elige y compra la publicación que quiere, selecciona los textos que juzga de interés y determina el momento de su lectura.

La prensa ocupa el último lugar en el público en cuanto a penetración, y esto está determinado no solamente por la desventaja que le significan la rapidez, amplitud y relativo bajo costo de los aparatos receptores de radio y televisión, sino también por los elevados índices de analfabetismo real y funcional que prevalecen en México. Baste recordar que el promedio educativo nacional es de siete años de escolaridad, para comprender que los alcances cuantitativos de la prensa escrita son rebasados por la facilidad técnica de los medios electrónicos, pues lo único que estos requieren de su audiencia son aptitudes visuales y auditivas.

La prensa tiene como cualidad la posibilidad de llegar a los sectores de participación y decisión en los asuntos nacionales de distintos niveles y de todos los órdenes.

Los orígenes de la teoría de la agenda Zetting se remontan al año 1968 cuando se aplica por primera vez en las elecciones presidenciales norteamericanas de ese año. En la Universidad de Chapel Hill, Carolina del Norte, se aplicó esta teoría, la cual era desconocida y nueva.

La teoría de la Agenda Setting es un complejo mapa intelectual que aún se encuentra en proceso de evolución. El papel de los medios de comunicación en el establecimiento de la agenda ha puesto un rico filón para la extracción académica durante más de 35 años, y sin embargo, gran parte de su riqueza sigue aún por explotar.

La Agenda Zetting es una teoría de las ciencias sociales que traza un mapa muy detallado de la contribución de la comunicación de masas a las imágenes que nos hacemos de la política y de los asuntos públicos. Sobre todo, la Agenda Zetting es una teoría sobre la transferencia de relevancia de las imágenes del mundo que dan los medios de comunicación a las imágenes de nuestra interpretación.

Aunque el establecimiento de la agenda tiene que ver con la relevancia de los temas más que con la distribución de las opiniones a favor o en contra, que ha sido el enfoque tradicional de la investigación en opinión pública, el ámbito básico es el mismo: los temas de interés público del momento.

Basándose en la teoría de la agenda, esta investigación intenta explicar que sucedió en el ámbito de la prensa-*El Universal, La Jornada, Milenio, Excélsior y Reforma*-poniendo énfasis en el manejo informativo que dieron a los diversos actores y partícipes de la elección presidencial de 2006.

Al acercarnos a estos cinco diarios se analizaron en su contexto social y político y, también informativo. Este trabajo analiza las noticias publicadas en la primera plana de los diarios, las cuales, a veces, no necesariamente se interrelacionan de manera directa con la parte editorial y de opinión. Sin

embargo, sin la lectura e interpretación de columnistas, articulistas y colaboradores no hubiera sido posible entender el por qué de los hechos noticiosos que con frecuencia, en procesos políticos de esta naturaleza, se funden con las opiniones institucionales y personales.

La investigación se basa en la revisión de los diarios mencionados, los cuales tuvieron una presencia relevante en las elecciones por su tiraje, número de lectores, línea editorial y visiones ideológicas. En un intento de no ser excluyente, se menciona como referencia algunos otros diarios y revistas nacionales, en especial, *La Crónica, El Financiero, revista Proceso y Etcétera*. Si bien el análisis de la presente investigación se centra en esos cinco diarios, es importante tener una visión sobre la prensa en general. En el tema de las encuestas y los debates entre los candidatos, es importante aludir a los otros diarios para tener un análisis de conjunto sobre la orientación de la prensa durante el proceso electoral.

Para una comprensión más abundante del análisis periodístico, el estudio concentra, en la parte de los medios en el entorno electoral (capítulo primero), el cambio que se dio en la propiedad de importantes medios de comunicación. Como resultado, se observa que el cambio en la orientación informativa de los medios se produce en función de los intereses de grupos económicos poderosos que se inclinan por alguno de los candidatos, principalmente por Felipe Calderón.

En ese mismo capítulo correspondiente a los antecedentes, se examina el contexto político y social previo al proceso electoral y, sólo se mencionan los acontecimientos fundamentales, los que son claves para entender el desarrollo del proceso electoral. Por ello, el periodo de la presente investigación inicia del 19 de enero y concluye el domingo 2 de julio.

Asimismo, se pondera el perfil de los candidatos presidenciales y se analiza la proyección tanto favorable como desfavorable que le dan los medios informativos a cada uno de ellos para luego presentar una visión global, de conjunto, sobre lo que aconteció en ese periodo.

De ese lapso, en el capítulo dos, se aborda el inicio formal de las campañas desde una visión de conjunto de los cinco diarios. También es relevante en ese capítulo el papel de las encuestas y los debates, para llegar al cierre de las campañas, posteriormente al día de la elección y sus resultados, los cuales resumen lo que fue el proceso y sus consecuencias.

Finalmente, en el capítulo tres se analizan los sucesos posteriores al 2 de julio hasta llegar al primero de diciembre, fecha en la que Felipe Calderón toma posesión de la Presidencia de la República en medio de una situación de crisis para el país debido a lo cerrado de la elección y las movilizaciones del candidato Andrés Manuel López Obrador por impugnarla y no reconocer al nuevo mandatario, al que considera ilegítimo pese a que el Tribunal electoral lo declara vencedor.

Como parte de una guía que ayuda a sistematizar los acontecimientos noticioso que ocurrieron durante el lapso en el que ésta investigación se desarrolla, se incluyó una cronología hecha de acuerdo a las agenda de los diarios mencionados.

En la elaboración de este trabajo fueron muy valiosas las aportaciones y comentarios que recibí del maestro Roberto Sánchez, quien de manera generosa aceptó dirigir la tesis. También a Romeo Rojas por facilitarme la información periodística indispensable para redactar la investigación. A la doctora Rosa María Valles, periodista de gran trayectoria y profesionalismo, quien hizo observaciones muy acertadas que animan a la posible publicación de este trabajo. A Israel Rodríguez, amigo entrañable y gran periodista, por

las interminables conversaciones que nos han llevado a comprender la importante responsabilidad social que significa desempeñar uno de los oficios más comprometidos con el país: el periodismo.

## Los Medios en el entorno electoral

La influencia de la prensa escrita junto con la penetración de la radio y la televisión-a los cuales debemos añadir Internet-durante las elecciones presidenciales de 2006 es incuestionable.

A pesar de la creciente influencia de la radio y la televisión, la prensa, al contrario de lo que podría pensarse, no quedó relegada a un segundo plano durante el proceso electoral. Por el contrario, tuvo un desempeño muy relevante. Si bien no tiene el alcance mediático de los medios electrónicos, es innegable que su influencia en el ámbito político y social perdura y tiene en el análisis un peso cualitativo mayor.<sup>5</sup>

Los periódicos, además de fuente básica de información sobre las elecciones de 2006, son el objeto de estudio de esta investigación que busca definir el papel que desempeñaron en la contienda. El rol de los diarios en la elección está marcado no sólo por las políticas editoriales sino también por los intereses de sus dueños en la política y en la economía.

Los diarios en su mayoría tienen atrás hombres de negocios, magnates de los medios de comunicación que tienen en estas plataformas periodísticas tribunas para privilegiar puntos de vista a fines a sus intereses de clase.

Asomarnos al estudio de la prensa significa desentrañar el origen de los intereses que marcan la línea editorial del periódico. Es importante señalar que hoy en México no queda ya en la prensa otro régimen que no sea la propiedad privada.

*Excélsior* fue de los últimos diarios que cambio de estatus en cuanto a su propiedad, pasó de ser cooperativa a empresa privada y fue absorbida por el

---

<sup>5</sup> González Marín Silvia. Sucesión Presidencial de 2006: Prensa y Poder. “Los ciudadanos que toman decisiones en México o que buscan más calidad en la información terminan por recurrir al impreso, a la letra escrita, pues todavía la memoria histórica se conserva de manera predeterminada a través de documentos de esta naturaleza, los diarios y las revistas”.

consorcio de medios Grupo Imagen, cuyo dueño, Olegario Vázquez Raña, es uno de los hombres más ricos de México. Fundado en 1917<sup>6</sup>, al calor de la Revolución Mexicana y del Congreso Constituyente, el periódico fue adquirido en enero de 2006 por el empresario Vázquez Raña y su hijo Olegario Vázquez Aldair. Compraron el diario por 586 millones de pesos, y la venta se aprobó por 591 votos de los cooperativistas contra sólo 7<sup>7</sup>.

Otro miembro de la familia, Mario Vázquez Raña, desde los años setentas es propietario de la Organización Editorial Mexicana, que cuenta con 70 periódicos regionales, 24 radiodifusoras y cuyo diario nacional es *El Sol de México*. Ambos hermanos, quienes siempre han sostenido cercanía con el poder político<sup>8</sup>, concentran un porcentaje considerable en la concesión de los medios de comunicación.

---

<sup>6</sup> “El 18 de marzo de 1917 sale a la luz el diario *Excelsior*, fundado por Rafael Alducin. Es junto con *El Universal* el primero que cuenta con servicios noticiosos de las dos principales agencias estadounidenses, AP y UPI. La prematura muerte de Alducin, acaecida el 29 de marzo de 1924, conduce al periódico a una serie de dificultades de índole laboral y administrativo. Poco antes, Rodrigo de Llano, un joven pero experimentado periodista que, al fundarse el diario, fue corresponsal en Nueva Cork, se hace cargo de la dirección y enfrenta, además de los problemas señalados, la hostilidad gubernamental debido a su apoyo a los cristeros. En medio de la crisis provocada en 1928 por el asesinato de Obregón el diario es comprado por Federico T. de La Chica, con dinero proporcionado por el Banco de México. Detrás de La Chica se encuentra el político obregonista Aarón Sáenz, quien busca utilizar al periódico para sus aspiraciones presidenciales. Por ese motivo, en abril de 1929 Rodrigo del Llano deja la dirección del periódico. Al verse frustradas las expectativas de Aarón Saenz, el diario se ve preso de las pugnas entre los grupos políticos del momento. En vista de esta situación, y de que *Excelsior* enfrenta un conflicto con sus trabajadores por las malas condiciones en las que laboraban, el presidente Calles decide entregarles el diario a los trabajadores mediante la integración de una sociedad cooperativa. Del Llano Regresa en 1931 y vuelve a sus posiciones antigubernistas y anticomunistas, reforzadas con actitudes proclives al nazifacismo. Esa línea será profundizada a lo largo del gobierno del presidente Lázaro Cárdenas”, Silvia González Marín. *Prensa y Poder. La elección presidencial de 1940 en la Prensa Mexicana*. Ed. SXXI. 25,26 y 27.

<sup>7</sup> “La Compra del periódico incluye todos los edificios que forman la esquina de Reforma y Bucareli, más sus dos rotativas. Y lo más importante: la adquisición también incluye los activos intangibles, entre ellos el cabezal de uno de los diarios con más historia en el país: los activos intangibles son las marcas *Excelsior*, *el periódico de la vida nacional*, *Revista de Revistas* y *Últimas Noticias*”. José Yuste, Milenio, “Suben a *Excelsior* a Grupo Imagen; lo compran en 586 mdp....”, 24 de enero de 2006, <http://.milenio.com/mexico/milenio/firma.asp?d=392852>

<sup>8</sup> “Olegario Vázquez Raña mantiene nexos estrechos con la familia Fox, ya sea mediante la concesión del negocio de flores y regalos en su cadena de hospitales a la esposa del hijo mayor de la señora Marta, ya sea ofreciendo un empleo de alto nivel en su negocio de hotelería a Ana Cristina Fox de la Concha”. Miguel Ángel Granados Chapa, “Olegario Vázquez Raña” *Reforma*, 8 de mayo de 2006, p 12.

La venta de *Excélsior* implicó la modernización del diario en cuanto a su diseño y un cambio de política editorial, significada por nuevos colaboradores que dejó a un lado a varios con larga presencia profesional.

El cambio de propiedad en *Excélsior* produjo una modificación sustancial en su tradicional forma de hacer periodismo. Su condición de cooperativa permitió al diario mantener una línea editorial mucho más plural y menos comprometida con los intereses del dinero. En la parte de opinión escribían articulistas con posiciones ideológicas disímboles; desde políticos prístas, panistas y perredistas hasta personajes vinculados a la academia, conservadores y liberales<sup>9</sup>. El perfil ideológico del nuevo *Excélsior* cambia sustancialmente y se impone una línea editorial acorde a los intereses empresariales del dueño del diario y del gobierno del Fox. En columnas políticas se menciona que detrás de la compra de *Excélsior* está la esposa del presidente Marta Sahagún, y el máximo jerarca de la Iglesia Católica en México, Norberto Rivera Carrera, quien tiene un espacio privilegiado en primera plana en la que aparece su colaboración semanal.

Con miras a la sucesión presidencial, *Milenio* fue otro de los diarios que experimentó cambios importantes en su línea editorial. De corta existencia, surgió con el siglo XXI el primero de enero de 2000. Su origen y capital provienen de Nuevo León del empresario de medios Francisco A. González Sánchez Díaz<sup>10</sup>. Se encargó de la dirección Federico Arreola, periodista

---

<sup>9</sup> “He escrito en más de una ocasión, que *Excélsior* es una notabilísima excepción en un panorama poblado de periódicos facciosos que han depurado el arte del fraude informativo. Cabe advertir que esta práctica no es generalizada ni sistemática pues quien así procediera se pondría fuera de lugar en el mercado. Pero hay temas selectos donde ya sea por interés o prejuicio ideológico, muchos medios dan rienda suelta a su prácticas descalificatorias mediante la calumnia y el escándalo”. Raúl Moreno Wonchee, *Excélsior*, 8 de Marzo de 2005.

<sup>10</sup> Empresario presidente del Grupo Multimédios que además de poseer diarios en las principales capitales del país incluye estaciones de radio y televisión, salas cinematográficas, restaurantes y otras empresas.

conocido por su cercanía con el malogrado candidato presidencial priista Luis Donaldo Colosio, asesinado en Tijuana.

Una vez arrancada la sucesión presidencial de 2006, en pleno futurismo Arreola comienza a externar de manera sistemática simpatías por Andrés Manuel López Obrador. En su columna De Ribete hace suya su adhesión a la candidatura de Obrador y mantuvo una orientación informativa reflejada hasta en ocho columnas favorable al perredista. Esta posición llevó al director a la renuncia, pues su situación fue insostenible e incompatible con la línea editorial del diario. Arreola anunció su paso al activismo político al sumarse a la campaña de López Obrador como coordinador de las redes ciudadanas<sup>11</sup>. Sin embargo, continuó publicando su columna y entró a su relevo el conocido periodista Carlos Marín.

El diario recompuso su línea editorial. Arreola continuó publicando su columna a favor de López Obrador hasta que pasadas las elecciones, criticó la línea editorial de la casa en un artículo titulado “Miseria del periodismo”, donde recrimina el trato que recibió López Obrador en la prensa, luego de que el PRD perdió la gobernatura de Tabasco y cita como ejemplo cinco titulares de igual número de diarios del grupo Multimedia que dicen que el PRI arrasa con López Obrador en Tabasco y concluye lo que después será su última entrega. En ella, señala que “buena parte de la prensa mexicana sigue sin tocar a Calderón, pero eso sí, se ve decidida a aniquilar a López Obrador. No lo conseguirá. Esa injusticia no se concretará”.<sup>12</sup> La publicación del artículo

---

<sup>11</sup> En carta dirigida al propietario del periódico, Arreola anuncia que “Aunque no se ha logrado el verdadero cambio en México, veo en el movimiento encabezado por Andrés Manuel López Obrador una esperanza real de alcanzarlo. Así, he decidido aceptar una invitación que me hizo Andrés Manuel para participar en su proyecto de cambio. Sin ser perredista me voy a integrar al grupo coordinador de Redes Ciudadanas por un Proyecto Alternativo de Nación en el que ya participan Manuel Camacho, Raúl Ojeda, José Agustín Ortiz Pinchetti, Ricardo Monreal y Socorro Díaz”. *Milenio*, <http://www.milenio.com/mexico/notaanterior.asp?id=411437>

<sup>12</sup> *Milenio*, <http://www.milenio.com/mexico/milenio/firma.asp?id=446194>

provocó un gran descontento en la dirección del diario y originó la salida definitiva de Arreola. Al respecto, Ciro Gómez Leyva, subdirector general adjunto de *Milenio* escribe dos días después de la renuncia; “Carlos Marín tomó la decisión correcta. Nadie, ni siquiera uno de los fundadores del diario, puede opinar en estas páginas que el periodismo que aquí se produce es miserable, corrupto, sin acompañar sus palabras con pruebas sólidas o con una carta de renuncia. Federico agredió el martes a *Milenio* a partir de hipótesis y criterios morales pensando en que tenía derecho a hacerlo y que la vida debía seguir como si nada hubiera ocurrido, Marín, el director, lo juzgó inaceptable y lo corrió.”<sup>13</sup> En este contexto, *Milenio Diario y Excélsior*, “son los diarios que en el marco de la sucesión presidencial mayor número de cambios observaron”<sup>14</sup>.

*El Universal y Reforma*, si bien no sufrieron cambios tan drásticos en su estructura y línea editorial, se observa en su orientación informativa ciertas inclinaciones por algunos candidatos. Estos diarios externaron sus simpatías o diferencias con partidos o ideologías. En contraste, la línea editorial de *La Jornada* fue abiertamente a favor de Andrés Manuel López Obrador, candidato que en el ámbito informativo privilegio sus propuestas y su activismo electoral.

Diarios como *El Universal, Milenio, Reforma y Excélsior* marcaron tendencias acorde con sus lineamientos editoriales y los intereses de sus propietarios. Se observa un predominio de articulistas, editorialistas y cartonistas que complementan la visión que cada uno de los diarios asume frente a los candidatos, sin activismo manifiesto a su favor.

---

<sup>13</sup> *Milenio “Federo”, 20 de octubre de 2006.*

<sup>14</sup> “*El papel de la prensa en la elección 2006*”, González Marín Silvia y Rojas Romeo, página 201 Ed Plaza y Valdez. 2007.

Notablemente los cartonistas formaron incluso una asociación que en ciertos temas uniformizó su opinión para apoyar a AMLO en diarios como *La Jornada* y *El Universal*. Otros, como Calderón, cartonista estelar de *Reforma*, identificado con la línea conservadora que distingue al diario, también fue un crítico en extremo sistemático contra López Obrador.

Si bien es cierto que la prensa en 2006 privilegió la información electoral de todo tipo, es importante destacar que el proceso no fue ajeno a los ataques y denuncias sobre corrupción, y abuso de poder de los políticos.<sup>15</sup>

El ejecutivo y su partido Acción Nacional emprendieron una campaña sucia en los medios de comunicación contra los candidatos con posibilidades de obtener el triunfo, Andrés Manuel López Obrador y Roberto Madrazo Pintado. La plataforma de lanzamiento fue el duopolio Televisa y Televisión Azteca, los cuales a través de la venta de publicidad, el famoso rating y sus emisiones de noticias privilegiaron, por un lado al candidato del gobierno y sus propuestas<sup>16</sup>y, por el otro acometieron contra los otros dos candidatos. Esta tendencia opacó las propuestas y el discurso de los partidos y candidatos de la oposición. El debate de ideas, la declaración de principios y el programa de acción de las plataformas electorales de los partidos, no tuvieron la suficiente difusión en los espacios mediáticos.

---

<sup>15</sup> “La elección de 2006 parece responder a una clara intención de conducirla por los derroteros del sensacionalismo y el escándalo, lo que se pudo observar con anticipación, desde las llamadas precampañas y los videoescándalos, cuando manos misteriosas y con poder filtraron cintas de audio y video cuyo primer impacto golpeó, sin posibilidad de defensa, a personajes en situaciones comprometedoras. Los dardos fueron contra miembros del PRD, del PRI, el PVEM y otros, más nunca contra el partido en el poder, el PAN. La embestida fue brutal y calculada, el golpeteo fue recibido pasivamente y fue tan intenso en ocasiones que produjo el efecto contrario, como en el caso del desafuero de López Obrador”. Silvia González Marín “El papel de la prensa en la elección de 2006”, Editorial Plaza y Valdez, UNAM, 2007.

<sup>16</sup> “La propuesta de los candidatos no son noticia, no tienen rating. Lo que jala al público es el escándalo, la diatriba, el reparto de lodo. Los medios impresos imitan y amplifican el estilo. Nutren primeras planas y columnas con dichos o especulaciones en las que imperan filias y fobias”. Jorge Alcocer “Guerra Sucia”, 23 de mayo de 2006, *Reforma*

Parte de este entramado electoral fue la Ley de Medios de Comunicación llamada, desde un principio Ley Televisa, aprobada de manera unánime en la Cámara de Diputados el primero de diciembre de 2005 y ratificada en la de Senadores el 30 de marzo de 2006<sup>17</sup>. Contó en su inicio con la aprobación de todos los partidos políticos, a pesar de las fuertes y crecientes críticas que acompañaron todo el proceso, lo que reflejó los intereses de los actores políticos con los medios electrónicos.

La ley Televisa, que renueva de manera automática e indefinida las concesiones de los medios a sus actuales dueños con la posibilidad de ampliar su propiedad en el espectro radioeléctrico y limitando la participación de nuevos competidores, se produjo en momentos en que los partidos políticos se encontraban en pleno proceso electoral.

Esta nueva ley exhibió a los candidatos opositores y sus respectivos partidos en una posición sumamente frágil frente al nuevo poder monopólico de los medios electrónicos. De la noche a la mañana, las televisoras se convirtieron en un poder fáctico. Al margen de las instituciones electorales, se erigieron como el Gran Elector; son las televisoras las que ahora deciden a que candidatos privilegian en sus espacios informativos, y a quienes invitan en sus noticiarios estelares para darle mayor relevancia a sus propuestas<sup>18</sup>. Es también en las televisoras donde el gobierno junto con organismos

---

<sup>17</sup> “Quedó consumada en el senado la ampliación del poder de la radio y la televisión. En una sesión en que se acallaron voces de legisladores panistas para que no respondieran a Diego Fernández de Cevallos, y en la que el priista Manuel Bartlett Díaz estuvo a punto de ser golpeado por uno de sus compañeros de bancada, con 81 votos a favor, 40 en contra y dos abstenciones, el senado de la República aprobó anoche la ley Televisa y la turnó al presidente Vicente Fox para su promulgación”. La Jornada, Editorial. 3 de marzo 2006.

<sup>18</sup> “En 2006 fuimos testigos de un desplazamiento del poder político hacia las grandes corporaciones de comunicación. Yo no sé si la gente se da cuenta de esto y si la sociedad, la gente, el hombre de a pie, puede hacer algo. En el caso de México, la elección pasada tiene un significado histórico brutal en ese sentido, pues la gran decisión de los ciudadanos emigró de una manera escandalosa y abierta del espacio de la sociedad al de las corporaciones de la sociedad.” Roberto Madrazo “La Traición”. Conversación con Manuel S. Garrido. Ed. Plantea. Página 245. eEdición. 2007.

empresariales como el Consejo Coordinador Empresarial pagan para denostar y descalificar a los candidatos opositores, principalmente el del PRD y PRI.

El gobierno de Fox, artífice de la ley junto con las televisoras, logró amarrar a los candidatos de oposición a su estrategia de marcarles los tiempos que va suscitando el proceso electoral. Televisa y Tv Azteca controlan el espacio televisivo a su antojo, y tienen el poder de marginar en sus espacios al candidato o partido que cuestione o se oponga a la nueva ley. También diarios como *Excélsior* apoyaron abiertamente esta nueva ley. El cambio del primer director de éste nuevo diario obedece al viraje editorial que tiene a raíz de la llamada ley Televisa. Daniel Moreno fue despedido por contravenir la línea editorial del diario favorable a los dueños de los medios, pues “siguió puntualmente los sucesos y las declaraciones de los principales actores de la discusión parlamentaria originada en el Senado de la República y dijo que esa norma tendía a fortalecer los monopolios, por lo que también apoyo a sus críticos. Tras el despido de Moreno, *Exclésior* modificó su postura, mostró abierta simpatía por la ley. La pregunta es por qué ocurrió eso. Los directivos del periódico no lo explican y nosotros sostenemos una hipótesis. Está relacionada con el Canal 28 de televisión, pero no con el artículo de aquellas normas que favorecen la concentración en la propiedad de los medios, sino con el canal de televisión UHF del que, desde julio pasado, es dueño el señor Vázquez Raña, Hoy el canal 28 ya es una realidad, inició transmisiones el 28 de mayo de 2006”. (La insolvencia ética de “*Excélsior*”, *Revista Etcétera* 3/III/06)

Es por ello, que cuando la ley se somete a la aprobación del Congreso, los diputados la votaron a favor de manera unánime, lo que explica que en el proceso electoral los medios electrónicos no únicamente jugaron un papel decisivo sino que distorsionaron y manipularon la elección en función de sus

intereses, amenazados por la posibilidad de que ganara un candidato de izquierda, Andrés Manuel López Obrador.

La aprobación de la ley, exhibió muy especialmente a los partidos y candidatos presidenciales que además de guardar silencio contribuyeron, por omisión y también por hechos a favor de que se resolviera unánimemente, dejando a un lado el debate nacional y electoral.

Por fortuna, casi un año después de la elección la ley fue desechada por considerar la Suprema Corte de Justicia que violó abiertamente la Constitución. Pese a ello y en su momento, la ley produjo el efecto deseado; el sometimiento de los candidatos y sus partidos a los lineamientos de las televisoras en tiempos electorales.

En cambio el gobierno y su candidato fueron enormemente beneficiados, pues las televisoras fueron el instrumento para difundir la guerra sucia contra los candidatos, con especial dedicatoria a López Obrador (Pié de página. Cualquier análisis serio sobre el papel de los medios y la forma como me atacaron en los meses de abril y mayo, demostraría que en la historia reciente no ha habido nada que se le parezca. En esos momentos, no solo era “un peligro para México”, me parecía “a Hugo Chávez”, iba “a encender al país”. “a expropiar bienes de la clases medias, a limitar que “solo se tuviera un departamento, un carro y dos hijos por familia, y otras mentiras más, sin olvidar que se difundían supuestos estudios psicológicos sobre mi persona, donde aparecía como un desquiciado”, Andrés Manuel López Obrador, *La Mafia nos robó la presidencia*. México, Grijalbo, 2007. pp. 310-311). Incluso antes del inicio de las campañas legales y ya en las formales se registró en los diarios las relaciones concretas que el poder, en este caso los legisladores, candidatos y partidos sostuvieron con las grandes cadenas de televisión y como se concretaron acuerdos que se plasmaron en la llamada ley Televisa.

La importancia de las televisoras está a la vista. Por ejemplo *El Universal* documentó en sus ocho columnas que los “Candidatos pagan \$13 mil el segundo a tv” de acuerdo a las cifras del Instituto Federal Electoral<sup>19</sup>. Al respecto, la cifras del IFE revelaron que para las elecciones de 2006 se ejerció un presupuesto de 12 mil 920 millones de pesos, de los cuales los partidos recibieron 4 mil 929 millones para las campañas. Cálculos del propio IFE pronosticaron que los partidos destinaron más de mil 200 millones de pesos de sus prerrogativas en gasto publicitario. El 70% de estos recursos se destinaron a la producción de spots y compra de tiempo-aire en espacios televisivos.

A los mil 200 millones de pesos en gasto publicitario se sumó una cantidad igual en fondos privados, es decir, 2 mil 400 millones de pesos destinados en spots. A esta cifra se le sumaron los mil 700 millones de pesos que el gobierno de Vicente Fox invirtió en promover su gobierno. Sólo entre el 19 de enero al 22 de mayo de 2006, la Presidencia de la República invirtió 509 millones 487 mil pesos en spots, una cifra 60% mayor que los recursos que el equipo de campaña de Calderón gastó en dicho periodo para promover al candidato panista. En ese paquete publicitario debemos incluir los 75 millones 772 mil pesos que se destinaron para las campañas del sector salud y los 470 millones 110 mil pesos del programa Oportunidades. Entre el 19 de enero y el 22 de junio, la Secretaría de la Defensa gastó 151 millones de pesos en promocionar a las fuerzas armadas en la pantalla televisiva y la radio<sup>20</sup>.

Estos datos confirman el enorme poder que las televisoras alcanzaron luego de concretarse en pleno año electoral la ley de medios. También es reflejo de que en este jugoso negocio los beneficiados que impusieron sus condiciones, sus

---

<sup>19</sup> “Un anuncio de 20 segundos en horario AAA en Televisa, en el Canal de las Estrella, tiene un precio de 278 mil 599 pesos. En Televisión Azteca la tarifa es de 121 mil 472 pesos, en el canal 13”. *El Universal*, primera plana 26 enero 2006.

<sup>20</sup> Ver datos. “LaGuerra Sucia de 2006”. Jenaro Villamil y Julio Scherer Ibarra. Página 30,31.

precios y sus horarios fueron las dos principales cadenas televisivas, Televisa y Tv Azteca.

La prensa, que no obtuvo grandes ingresos comparativamente con radio y televisión, fue un medio influyente en términos de que desempeñó un papel relevante en el proceso electoral.

Por el bajo costo de su producción, además de su amplia penetración en sectores importantes de la sociedad, la Internet también fue un espacio virtual de presencia muy notable al que recurrieron candidatos, partidos, y organizaciones sociales para tener espacios propios de expresión, incluidos los diarios que nos ocupamos, y cuya presencia a través de la red le tomaron el pulso a la campañas electorales a través de la inmediatez de la información en cuanto al hecho noticioso. Su impacto fue de tales dimensiones que desde las elecciones del 2000 el IFE se apoyó notablemente para difundir los resultados preliminares y oficiales de la elección. Frente a la irrupción de la Internet en la difusión de las campañas políticas, el IFE restringió su uso a partidos y medios en días previos a los comicios y el 2 de julio para evitar proselitismo y la difusión de encuestas o datos parciales sobre las tendencias de la votación.

## Antecedentes

Es importante destacar los acontecimientos que marcaron al gobierno foxista, y que lo convirtieron en un ejecutivo ineficaz que tuvo que recurrir a prácticas al margen de la legalidad institucional para apuntalar a su candidato y partido para ganar la elección de 2006.

Desde el primer día de gobierno de Vicente Fox, las fuerzas políticas del país estaban a la expectativa de las acciones del presidente, luego de que éste inaugurara el sexenio violentando la ceremonia republicana de toma de posesión.

Al tomar posesión, Fox violó la constitución al alterar el texto de la protesta ante el Congreso, lo que no fue una ocurrencia sino una violación al artículo 87. Fox, en lugar de dirigirse al Congreso de la Unión, lo hizo a sus hijos, evocó a Dios y pasó por alto al Congreso de la Unión en una sesión solemne para asumir la Presidencia de la República.<sup>21</sup>

En aquella ocasión, Fox mostró un discurso falaz, se comprometió a garantizar la modernización política del país, por la vía de asegurar un Estado de Derecho pleno, equidad en la distribución de la riqueza, racionalidad en la estructura administrativa del gobierno, institucionalización plena en el ejercicio del poder público y una amplia participación social en sus decisiones. Estos compromisos fueron acompañados de sus intenciones de negociar y entenderse con los otros poderes con la frase “en esta nueva época de ejercicio democrático, el Presidente propone, pero el Congreso es el que dispone”.

---

<sup>21</sup> “Al rendir protesta en el Congreso de la Unión, Fox colocó en primer lugar a su familia, por encima de la nación. La innovación no fue afortunada. Y precisamente por el autoritarismo que tanto ha insistido en erradicar, la presidencia de la República no puede manejarse con base en caprichos personales. México es un país y un Estado Laico no por capricho sino por lecciones bien aprendidas de la historia. Nadie le puede impedir al presidente, como a ningún mexicano, el ejercicio de sus creencias, pero ello no puede ni debe significar dotar a la investidura presidencial de preferencias y alardes religiosos. La pluralidad mexicana merece respeto. Las creencias personales quedan reservadas para la vida privada. La vida Republicana tiene formalismos que están por encima de las ocurrencias”. Editorial. *La Jornada* 2 de diciembre de 2000.

Desde entonces, ya a lo largo de su gobierno, sistemáticamente lo contradijo, los partidos y el Congreso de la Unión fueron su blanco favorito para justificar, primero, su ineficiencia reformista y, después, a través de un activismo inadmisibles en un jefe de Estado, desprestigiarlos y ensuciarlos para mantener a toda costa al PAN en Los Pinos.

Fox desplegó una estrategia de publicidad desmedida y onerosa para promocionar sus obras de gobierno en coyunturas electorales, violentó el federalismo e intentó aplicar impuestos a las medicinas y los alimentos.

El gobierno se empeñó en socavar el régimen político mexicano, repitiendo y profundizando el modelo económico neoliberal y presionando al Congreso para que aprobara su programa privatizador en materia energética. Su gobierno se caracterizó por la frivolidad y la ocurrencia, por la inexperiencia y la ineficiencia, por la parálisis gubernamental y el estancamiento económico.<sup>22</sup>

El perfil empresarial quedó como el factor dominante en la composición del gabinete presidencial.

Las iniciativas de ley más importantes para la modernización del país fracasaron. La ley en materia de derechos y culturas indígenas no se concretó como estaba planteada en los términos del ejecutivo, la reforma fiscal, energética y laboral fueron detenidas por el Congreso y devueltas al ejecutivo debido a que no respondían a las demandas sociales sino únicamente a los intereses de los monopolios económicos.

El PRI, después de setenta años en el poder pasó en el 2000 a la oposición, pero aún siendo la fuerza política más importante en el país. El PRD, por su parte, alcanzó una presencia importante en la Cámara de Diputados.

---

<sup>22</sup> “El estado de la nación es muy preocupante; recesión económica, desempleo, abusos de la oligarquía financiera, erosión incesante de las instituciones, desencanto popular, parálisis gubernamental, confrontación de poderes, estancamiento político”, Raúl Moreno Wonchee, *Excelsior*, página editorial “El Pacto el ruido y las nueces”. Lunes 9 de julio de 2001.

Pese a que los reclamos de los candidatos vencidos en 2000 fueron mínimos, Francisco Labastida del PRI y Cuauhtémoc Cárdenas del PRD aceptaron su derrota en las urnas. Sin embargo, en las elecciones para la jefatura del gobierno del DF, obtuvo la victoria Andrés Manuel López Obrador del PRD, quien derrotó a Santiago Creel, quien después fue designado secretario de Gobernación, convirtiéndolo en candidato natural a la presidencia del 2006.

La televisión extranjera, como la cadena de noticieros CNN, señalaban que los mexicanos habían tomado una buena decisión al elegir un Congreso políticamente equilibrado, y por tanto, un poder ejecutivo acotado.<sup>23</sup> Los resultados no dejaron sospecha alguna sobre un posible fraude. La democracia se consolidaba y el IFE como institución cumplió su objetivo de organizar la elección presidencial de manera limpia, equitativa y transparente.

Durante los primeros meses del gobierno foxista los medios de comunicación comenzaron a recoger declaraciones sobre las deficiencias y carencias del nuevo gobierno. Los secretarios de Estado, se decía, “hacen lo que quieren”, son un “gabinete Montessori” se llegó a decir. Muy pronto comenzaron a surgir profundas diferencias entre los partidos políticos, principalmente entre PAN y PRD, las que se vieron reflejadas en las malas relaciones entre el presidente Fox, y el jefe de gobierno de DF, Andrés Manuel López Obrador. Estos dos funcionarios fueron generando con sus acciones y con su discurso un ambiente propicio para la descalificación y la confrontación, seguramente alimentada por la sucesión de 2006<sup>24</sup>.

---

<sup>23</sup> Noticiero CNN en español, 2 de julio de 2000.

<sup>24</sup> El dos de julio de 2005, fecha de aniversario del triunfo panista en 2000, Fox organizó un acto de carácter partidista en el Ángel de la Independencia donde anticipó que “Vamos por más”, justamente a un año de la elección presidencial: “Mexicanas, mexicanos, hagamos del 2 de julio de cada año la celebración de la democracia. Hagamos del 2 de julio la renovación del compromiso de todos con la democracia. Hagamos del 2 de julio una fiesta cívica” *Milenio Diario*, 3 de julio de 2005

Ambos, desde sus posiciones públicas alimentaron un clima de confrontación que fue más allá de los límites de la Ciudad de México. Una vez que el proceso comenzó la confrontación subió de tono, y las descalificaciones marcaron la relación entre los dos gobernantes de cara a la elección de 2006.<sup>25</sup> El momento más álgido de esta confrontación fue el desafuero al jefe de gobierno de la Ciudad de México, en la que se buscó, mediante una acción desproporcionada del ejecutivo y el legislativo, anular la posibilidad de lanzar su candidatura presidencial.

El matrimonio entre el presidente y la vocera presidencial, Marta Sahagún, aunque se llevó a cabo en ceremonia privada en Los Pinos el 2 de julio de 2001, crispó los ánimos de muchos políticos. Surgió así la pareja presidencial que abrió las puertas al escándalo familiar e íntimo al que se sumaron los cercanos “Amigos de Fox”. El significado de la pareja presidencial sugería que su esposa Marta tenía una presencia pública y política más allá del protocolo ceremonial de la llamada primera dama. Y es que éste binomio, presidente y esposa, proyectaron una imagen de frivolidad, abuso y corrupción, características que fueron mezcla informativa importante que se fundió con la del proceso electoral.

Cabe recordar las aspiraciones de la señora Sahagún para competir por la candidatura del PAN a la presidencia de la República . La crítica contra la ex vocera fue tan contundente y sistemática que sus aspiraciones se esfumaron, sin embargo la pareja presidencial estuvo presente en los tiempos de la elección, por lo menos de dos maneras: en la injerencia de los procesos de

---

<sup>25</sup> “Una vez que el proceso prematuro inició ya estaba construido el andamiaje que el binomio levantó, aunque al pasar López Obrador a ser uno de los candidato a la presidencia, trasmutó su confrontación en capital político, mientras que el presidente no registró el cambio de status de AMLO y no sólo siguió sobre él , profundizó sus ataque políticos, de tal manera que convirtió al otro en víctima, más todavía, si se considera el desafuero, que fue una acción desproporcionada que involucró a los poderes Judicial y Legislativo”, Silvia González Marín. La Sucesión Presidencial de 2006 en la prensa.

selección de candidatos de su partido el PAN y en hechos de corrupción denunciados de manera sistemática por la oposición contra la familia presidencial, en especial los hermanos Bribiesca.

Casos como los anteriores junto con el escándalo de las costosas sábanas y toallas de la pareja presidencial, los “Amigos de Fox”, entre otros, alimentaron las páginas de los diarios, los archivos y discursos de las fuerzas opositoras.

La respuesta de Los Pinos a estos ataques pronto llegaría. El objetivo fue debilitar a los futuros precandidatos a competir por la presidencia de la República, el caso más notable es el desafuero de López Obrador.

En la jefatura de Gobierno también brotan los cuestionamientos; las pensiones a los adultos de la tercera edad, los libros y útiles escolares gratuitos, segundos pisos, y otros tantos programas que serían motivo de debate. Estos programas así como su aplicación fueron señalados como populistas por el gobierno de Fox, que no reparó en continuar con su estrategia de descalificaciones políticas y enfrentamientos.

Mientras, la muy anunciada reforma del Estado quedó paralizada y el crimen organizado se fortaleció. La política exterior mexicana se vio gravemente afectada por la falta de oficio y dirección política.

Estados Unidos colocó en el centro de la relación bilateral el apoyo del gobierno mexicano a la invasión militar a Irak y la “lucha contra el terrorismo”, a cambio de un tratado migratorio de trabajadores temporales, el cual no fructificó y se diluyó en el camino.

Mientras estas propuestas se ponían en las mesas de negociaciones, los gobiernos de los estados fronterizos, Arizona, California, Nuevo México y Texas, y el gobierno norteamericano, impulsaron la construcción de un muro en la frontera, a la vez que toleraron a grupos paramilitares como el

*minuteman* para “proteger y cazar” migrantes, en su mayoría mexicanos, en tierras estadounidenses.

Si bien el gobierno de Fox rechazó algunas de estas propuestas, en otros frentes se observó como la injerencia del gobierno norteamericano en los asuntos nacionales, perjudicó nuestras relaciones con países como Cuba y Venezuela, las cuales estuvieron al borde de la ruptura diplomática.

Durante su campaña presidencial, Vicente Fox prometió impulsar la reforma del Estado. Académicos, políticos, periodistas, intelectuales, entre otros, se reunieron bajo la figura de Porfirio Muñoz Ledo, candidato presidencial en 2000, para iniciar los trabajos.

Se formalizaron comisiones para estudiar y analizar asuntos prioritarios para la reforma y el desarrollo del país. Todos coincidieron en la necesidad de crear una nueva constitución, la cual-afirmaban-tendría que responder a los nuevos desafíos de la democracia representativa y la globalización.

La iniciativa fue hecha por el presidente Fox en su toma de posesión, dónde se manifestó por la creación de una nueva constitución bajo el argumento de que la actual era obsoleta<sup>26</sup>

La cuestión electoral no fue la excepción. De acuerdo con la comisión encargada de esta materia se acordó fortalecer los órganos electorales, como el Instituto Federal Electoral. Algunas de las conclusiones fueron eliminar la “duplicación de funciones electorales”, adoptar un sistema federal donde la autoridad electoral nacional--IFE—organizara y vigilara las elecciones federales, ampliara sus facultades de fiscalización de la autoridad electoral sobre el ingreso y gasto de los partidos políticos, inclusive las precampañas,

---

<sup>26</sup> “La constitución que nos rige ha sido excesivamente deformada; necesitamos reconstruir el consenso nacional de largo plazo, en torno a una ley suprema, acorde con nuestras mejores tradiciones y con los requerimientos del siglo XXI”, *Versión estenográfica de Vicente Fox en la sesión solemne del H. Congreso de la Unión al rendir protesta de ley como presidente de la República.*

promoviera el derecho al voto a los mexicanos en el extranjero, la reelección de legisladores, la creación de la figura de candidaturas independientes, el establecimiento de los delitos electorales como causa de nulidad de la elección, motivar la participación ciudadana, entre otras.<sup>27</sup>

Algunas de éstas iniciativas prosperaron parcialmente, pero no fueron de fondo. No se concretó una reforma electoral que proporcionara al IFE instrumentos legales para sancionar y evitar la intervención del ejecutivo en los comicios, y que limitará la intervención de las grandes cadenas de televisión en los procesos electorales, así como poner fin a las relaciones de poder entre los partidos políticos y las televisoras.

Los programas sociales durante el sexenio de Fox generaron pocos resultados, junto con el aumento del narcotráfico, el subempleo, producto de la falta de oportunidades para que los jóvenes se integraran al mercado laboral, el pésimo manejo de la política exterior, y el hostigamiento hacia el Congreso y el jefe de Gobierno de la Ciudad de México, deterioraron no sólo la figura presidencial, sino al régimen mismo.

Otro elemento importante es que durante la administración de Fox se obtuvieron ingresos récord por el aumento en el precio internacional del petróleo. Como nunca, el precio del petróleo alcanzó niveles históricos que superaron la expectativa presupuestaria de la administración federal, lo que generó ingresos por miles de millones de dólares para el gobierno de Fox. Este excedente, que fue acompañado de una baja en las tasas de interés en Estados Unidos, no se tradujo en un crecimiento fuerte y sostenido de la economía, la cual continuó estancada.

---

<sup>27</sup> Porfirio Muñoz Ledo (coordinador), *Comisión de estudios para la Reforma del Estado. Conclusiones y Propuestas*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, 2001, pp 127-128.

En este contexto se produce el inicio por la carrera presidencial. Aunque las campañas oficialmente iniciaron en enero de 2006, es en 2002 cuando se registra el “destape” del entonces secretario de Gobernación, Santiago Creel.<sup>28</sup> Dos años después, las precandidaturas se hacen visibles en todos los partidos políticos.

Es en 2004 cuando realmente inicia la sucesión presidencial. En ese año diversos actores políticos comienzan actividades proselitistas. López Obrador es el primero en lanzarse: la fuerza adquirida en la jefatura de gobierno del Distrito parece encaminarlo hacia un triunfo seguro; la condición de alcalde de la Capital del país lo coloca en una posición inmejorable en sus aspiraciones. La experiencia en otros países apunta a que el político elegido gobernante de la capital es candidato natural a buscar la presidencia. Una arma de doble filo; catapultar el éxito logrado en las acciones de gobierno para alcanzar la candidatura y después la presidencia ó sepultar las aspiraciones ante la incapacidad de conducir la compleja realidad política de una capital.

Por su condición de ser el favorito en las encuestas y casi el virtual ganador de la elección, López Obrador es sometido a una campaña mediática para golpear a su gobierno. Primero, fueron los videoescándalos. Después, la campaña para desaforarlo. Ambas con un solo objetivo, destruir la imagen de ganador de López Obrador y desprestigiar al PRD por ser un partido corrupto<sup>29</sup>.

---

<sup>28</sup> Juan Sánchez Navarro, presidente del Grupo Modelo y considerado el ideólogo de los grandes empresarios, destapó el 30 de marzo de 2002 a Santiago Creel. Ver: “Entrevista. Felipe Calderón le reprocha a Fox aplausos a Creel”, *Reforma*, México, DF, 2 de junio de 2004

<sup>29</sup> “Cuando ese camino se cancelo (el de los videoescándalos), superado el obstáculo por el antiguo presidente del PRD, se echó a andar una nueva táctica: la de acusarlo de una violación legal a un mandamiento judicial, para enjuiciarlo, llevarlo a prisión y evitar con ello su postulación presidencial. Dado que poseía inmunidad ante la justicia, fue preciso despojarlo de ella, desaforarlo. La serie de acciones que culminaron con esa decisión de la Cámara de Diputados fue contraproducente, pues proyectó a su presunta víctima hacia niveles jamás alcanzados por nadie”, Granados Chapa Miguel Angel, prólogo del libro “Los medios y los jueces. La Guerra Sucia de 2006”. Autores Jenaro Villamil y Julio Scherer Ibarra. Ed.Grijalbo.2007

Anterior a los videoescándalos que involucró en actos de corrupción a personajes del primer círculo del gobierno capitalino, fue el video que mostró al “niño Verde”, Jorge Emilio González Martínez, recibiendo dinero y cuyo partido apoyó en 2000 la candidatura de Vicente Fox. González Martínez fue el primero en ser grabado, el primero al que por esta vía se le desacreditó junto con su partido. Aunque no trascendió en la contienda electoral, como se esperaba, los propios partidos no supieron advertir lo que significaba este primer video “filtrado” a los medios y, al contrario, muchos se sumaron gustosos al linchamiento del “niño verde”. Fue, como en los casos de los perredistas, una señal de identidad de la incipiente estrategia del gobierno por sacar a sus adversarios de la contienda electoral.

El joven candidato a la presidencia del Partido Verde Ecologista de México, Bernardo de la Garza, pronto fue sacrificado a cambio de una alianza estratégica con el PRI para apoyar a Roberto Madrazo, designado candidato presidencial, luego de una polémica, sucia y desgastante lucha interna en la que se retiró su principal contendiente, Arturo Montiel, ex gobernador del Estado de México.

Los videoescándalos, grabados en su mayoría en las oficinas del Grupo Quart en la Ciudad de México, propiedad del empresario argentino-mexicano Carlos Ahumada, confirmaron la corrupción de algunos funcionarios.

Un traje hecho a la medida en tiempo y forma para dirigir y encauzar el plan del gobierno para golpear de manera mediática a sus rivales. Luego del video del Verde, le siguieron; Gustavo Ponce, secretario de finanzas del Gobierno del Distrito Federal, René Bejarano, líder de la Asamblea del DF(Nota a Pié de Página..El miércoles tres de marzo todo México se desayunaba con el *videogate* del día: eran las 7:00 horas cuando René Bejarano, asambleísta por el PRD era entrevistado en el noticiero *En Contraste* de Televisa, sobre los viajes a Las Vegas del ex secretario de

Finanzas del DF, Gustavo Ponce y decía: “La Asamblea no es tapadera de nadie...no queremos dejar la impresión de que escondemos algo”, mientras que en el estudio contiguo se trasmitía *El Mañanero*. A las 7:24 horas Brozo recibía un video que le fue llevado por el diputado Federico Doring. Minutos después lo pasaba al aire: en una escena poco común, se mostraba al mismo Bejarano guardando fajos de billetes en un portafolios y platicando con un hombre cubierto por un círculo (no identificado aún). Miles de televidentes observan atónitos las escenas... “*La Tiranía del “videoescándalo” y el Poder Mediático en México*. Sánchez Gudiño Hugo. Ed. Plaza y Valdez y UNAM. México 2007.) y el delegado perredista de Tlalpan, Carlos Imaz, a quien se le exhibió claramente cargar “tres kilos” de dinero”<sup>30</sup>. El objetivo era desacreditar a López Obrador, quien sorteó, no sin éxito, la situación e incluso acrecentó su popularidad, no sólo en la ciudad sino a nivel nacional, al autoproclamarse mártir y víctima de complots.

López Obrador prometió una explicación pública que nunca llegó, pero inició una campaña de “volanteo” en toda la ciudad, que según el diario *La Crónica* amenazó con el “cese a todos los empleados de honorarios que no ayudaran a distribuir los volantes de puerta en puerta”<sup>31</sup>

Sin embargo las intenciones para desprestigiar el mitin que se celebraría el domingo 14 de marzo de 2004 no prosperaron. Por el contrario, y de acuerdo con cifras de *La Jornada* cerca de 150 mil personas se reunieron en el Zócalo capitalino para apoyar al jefe de gobierno del DF.<sup>32</sup> Los principales promotores del mitin estaban identificados no sólo con López Obrador, sino también con el grupo de René Bejarano y Dolores Padierna, denominado

<sup>30</sup> “Cronología de los Videoescándalos”, *El Universal.com.mx*, México, DF, viernes 18 de agosto de 2006

<sup>31</sup> Raymundo Sánchez, “Con recursos del GDF López arma el mitin de su exoneración” ver la *Crónica* del jueves 11 de marzo de 2004, México DF.

<sup>32</sup> “Estoy consciente que represento, junto con muchos mexicanos, hombres y mujeres, un rayo de esperanza; la posibilidad de una sociedad mejor, con menos desigualdad social y más justicia y dignidad. Esta en juego ni más ni menos la viabilidad de un proyecto alternativo de nación.” Ángel Bolaños y Gabriel Romero, “Reconoce errores en la integración de su equipo y ofrece rectificar”, *La Jornada* México D.F. lunes 15 de marzo de 2004

“Izquierda Democrática”; corriente que según los medios de comunicación, había iniciado una lucha al interior del PRD para obtener el control de éste. Reflejo de esta situación fue la salida de Rosario Robles, ex jefa de gobierno del DF (1999-2000), a quien además se le relacionaba sentimentalmente con el empresario Carlos Ahumada, presunto autor de los “videoescándalos”.

El domingo 14 de marzo, López Obrador, ante miles de seguidores, pronunció su discurso. Discurso, que en lugar de explicar el por qué de los videos que involucraban a Imaz y a Bejarano, tenía la intención de dar a conocer a la opinión pública sus aspiraciones presidenciales.

Aquel día, López Obrador demostró no sólo sus deseos de ser presidente de México, sino también, preparó lo que sería su estrategia de campaña: la teoría del complot. Soledad Loaeza, en entrevista con *La Jornada* señaló que el PRD debía rechazar la idea de “hacerse víctima y no acusar a otros de sus propias responsabilidades y evitar ser usado para fines personales, pues esto traería graves consecuencias no sólo para el partido, sino para la izquierda mexicana”<sup>33</sup>.

En contraste con esta reflexión académica, para numerosos grupos populares, estudiantiles y políticos del país, la candidatura presidencial de López Obrador representaba un cambio en el modelo económico, de ahí, que en aquel mitin del domingo 14, los miles de asistentes al Zócalo capitalino clamaron al jefe de gobierno con vítores: “No estás sólo ¡Pre-si-dente! ¡Pre-si-dente!. La contienda electoral, aun lejana, había iniciado.

Por otra parte, en el partido en el poder, Acción Nacional, se especulaba sobre el posible sucesor de Fox. En numerosas ocasiones se señaló a la esposa del presidente, Martha Sahagún como candidata presidencial por dicho

---

<sup>33</sup> Luis Hernández Navarro “Soledad Loaeza: el PRD debe enfrentar los monstruos que creo” en *La Jornada* México, DF, Lunes 11 de marzo de 2004.

partido. Sin embargo el rechazo fue tan generalizado, incluso del PAN, que la aspiración quedó sepultada. Tras éste tropiezo, el presidente impulsó la candidatura de Santiago Creel, entonces secretario de Gobernación. Para entonces, el PRI permanecía al margen de la escena electoral debido a que emprendía dentro del partido una reforma para elegir a su candidato.

No obstante, en las filas del PAN, la figura de Creel no gozaba de grandes simpatías. Esto se vio reflejado un sábado 31 de mayo de 2004, en Guadalajara, Jalisco, donde el gobernador, Francisco Ramírez Acuña destapó a Felipe Calderón, entonces secretario de Energía, como precandidato a la Presidencia de la República de Acción Nacional. Calderón respondió: “No es tiempo de postulaciones. Hay que trabajar primero en el fortalecimiento y en la unidad del PAN en Jalisco y en todo México”.<sup>34</sup>

Ante este pronunciamiento, tanto el presidente Fox, y Santiago Creel manifestaron su disgusto. Fox dijo que “fue más que imprudente haber realizado este evento con una característica electoral... “Está fuera de lugar y de tiempo”.

Calderón, considerado como uno de los más fieles seguidores del presidente Fox se sintió “dolido y traicionado”, y por tanto, renunció a la Secretaría de Energía, no sin antes declarar que consideraba “injusta y desmedida” las declaraciones de Fox. Sus seguidores apoyaron la decisión, pues “para muchos panistas tradicionales el regaño a Calderón indicaba claramente que Fox no buscaba la equidad en el proceso electoral sino de proteger la candidatura de Creel o de la propia Martha”.<sup>35</sup> Al día siguiente, en una entrevista, Calderón,

---

<sup>34</sup> *Ibid*

<sup>35</sup> Sergio Sarmiento, “Jaque Mate. La renuncia”, *Reforma*, México D.F. 1o de Junio 2004.

pese a su silencio y prudencia, confirma que el candidato presidencial de Vicente Fox, era Santiago Creel<sup>36</sup>.

Para entonces, y así lo consignan las encuestas, nadie hubiera pensado que para el mes de septiembre de 2005, durante la elección interna del PAN, Felipe Calderón obtendría la candidatura presidencial de su partido. El presidente Fox sufría un nuevo revés al frustrarse la candidatura de su secretario de Gobernación.

Roberto Madrazo y el PRI, antes y durante la contienda electoral, vivían ya el desprestigio orquestado, el ganado a pulso y el adicional, el histórico, el que por corrección política se refleja en gran parte de la prensa nacional.

El histórico también obedece a su desprestigio en la organización de elecciones poco pulcras. Sin embargo, se omite aquellas en que el partido oficial ha triunfado sin problemas. Por ejemplo de las primeras elecciones que participa ya bajo la siglas del PRI, el 7 de julio de 1946, fecha en la que resultó victorioso Miguel Alemán Valdés, ganando por amplia mayoría a su más próximo contrincante, Ezequiel Padilla. Estas elecciones a diferencia de otras, como las de 1940, 1952, 1988 ó las del 2006, no tuvieron impugnaciones, sublevaciones, motines, y otros artilugios poselectorales no encontraron cabida en una sociedad cansada de alzamientos y derramamiento de sangre.

Con el tiempo, el desgaste de ser el partido en el gobierno y las sucesivas crisis políticas de los años sesenta, ochenta y noventa, desgastaron más la imagen del partido oficial, que también se fue deteriorando en la medida en que el modelo económico neoliberal avanzó en detrimento de los intereses de las clases medias y de trabajadores.

---

<sup>36</sup> Entrevista. Felipe Calderón loe reprocha a Fox aplausos a Creel". *Reforma México*, DF, 2 de junio 2004

Fue quizás la más reciente, la de 1988, la que influyó en quienes, para finales de los noventa y principios del siglo XXI, serían los nuevos electores. Es curioso que actores de aquel “fraude electoral” regresen, desde posiciones ideológicas diferentes, a la escena política: Manuel Bartlet y Manuel Camacho Solís, principalmente. Sin embargo hubo más motivos de la derrota electoral de Madrazo Pintado.

Si López Obrador provenía de un partido donde él era la figura protagónica, y Calderón venía de abajo hasta arriba, Madrazo venía de arriba de la presidencia del partido, y quería quedarse también con la candidatura, lo que explica porque otros priistas con aspiraciones se sentían en desventaja.

Desde la misma elección de Mariano Palacios Alcocer para sustituir a Roberto Madrazo como presidente del PRI, el partido quedó expuesto a un proceso de desgaste que obligó a un severo control de daños para prevenir una escisión mayor que las renunciadas de distinguidos políticos con prolongada militancia.

Genaro Borrego, senador, ex presidente del PRI y ex gobernador de Zacatecas en la época de absoluto dominio priista en los procesos electorales, dejó la filas del partido luego de que se pronunciara por el llamado “voto útil” a favor de un candidato distinto al de su partido, renuncia que estuvo presidida por la demanda de la militancia de su exclusión. Diódoro Carrasco, ex secretario de Gobernación y ex gobernador de Oaxaca, estuvo también amenazado de ser expulsado del PRI luego de ser acusado de promover la candidatura a la gubernatura de su estado de un aspirante distinto al PRI. Aunque nunca procedió su expulsión, Carrasco Altamirano terminó por dejar a su partido a cambio de una candidatura plurinominal para la Cámara de Diputados por el PAN. Arturo Nuñez Jiménez, ex coordinador de los diputados priistas en la primera legislatura con mayoría opositora, también se sumó a los que renunciaron al PRI. Nuñez fue candidato por el PRD a la senaduría por el

Estado de Tabasco. Otros que renunciaron fueron Roberto Campa, Miguel Angel Yunes y Tomás Ruiz, personajes que ocuparon una curul como diputados bajo la siglas del PRI en el segundo periodo parlamentario del gobierno de Fox.

Tras la derrota presidencial de 2000, el partido se revitaliza y recobra fuerza en las elecciones intermedias de 2003 y la consolida en los comicios dónde se eligen gobernadores. Nada más entre 2003 y 2005, el PRI ganó 12 gobernaturas y mantuvo 18 de 26 que se disputaron. Incrementó de 206 a 224 el número de diputados federales en 2003 y ganó el 60% de los ayuntamientos en el país.

El Pronóstico es sumamente optimista y está en su perspectiva recuperar la Presidencia de la República. Sin embargo, la dirigencia del PRI no advierte correctamente, que la estrategia presidencial más visible en AMLO y el PRD también se aplica al partido. Y permea también la lucha interna y el divisionismo entre los aspirantes a la candidatura presidencial.

La Formación del grupo “Todos unidos contra Madrazo” conocido como Tucom, demostró la fuerte oposición al interior del PRI a la candidatura de Roberto Madrazo. En respuesta pronto se inició una campaña de desprestigio, sobre todo en el diario *Reforma* hacia el principal oponente de Madrazo: el gobernador del Estado de México, Arturo Montiel Rojas, miembro fundador del Tucom.

La lucha por la candidatura presidencial del PRI alcanzó a las Cámaras. El grupo de legisladores encabezados por el líder de la fracción en la Cámara de Diputados, Emilio Chuayfet se enfrentó a los de la maestra Elba Esther Gordillo, entonces secretaria general del PRI, y a quien, por renuncia de Madrazo a la presidencia del partido, correspondía ocupar este cargo. Pese a la crisis interna del tricolor, el partido salió avante, aunque con grandes costos,

pues la expulsión de Gordillo del partido, provocó la salida de importantes contingentes del mismo, principalmente grupos magisteriales que con la maestra promueven la fundación del Partido Nueva Alianza (PANAL), que más adelante lanza a otro renunciante al PRI, Roberto Campa, como candidato presidencial.

Fue así como el PRI, con una credibilidad menguada y golpeado sistemáticamente desde los medios<sup>37</sup> y el Ejecutivo, llegó a las elecciones presidenciales de 2006. El trato que la prensa le otorga desde la toma de protesta del candidato del PRI es ilustrativa: “Ante una explanda semivacía, Roberto Madrazo celebró, en la sede nacional del PRI, su triunfo en la elección interna de candidato presidencial”.<sup>38</sup>

A pesar del descrédito, Madrazo no dejó de reflejar el sentir de gran parte de la población del país al manifestar: “Estamos cansados de la falta de rumbo....estamos cansados de ver que México no tenga rumbo, no tenga dirección”; Y aunque no encuentre eco, reivindica al PRI “el Partido de la historia de México, que ésta de nuevo en campaña para darle rumbo y dirección a nuestra nación”<sup>39</sup>.

En contraste, el único adversario en la contienda interna del PRI, Everardo Moreno Cruz se sumó a la campaña de Madrazo. Por último, el candidato priista convocó a Felipe Calderón y a López Obrador para suscribir “un pacto de no agresión durante la campaña”<sup>40</sup>, que como veremos nunca se concretó.

---

<sup>37</sup> “Los medios de comunicación contribuyeron de manera decisiva a la caída de Madrazo, al que constantemente lo calificaron de corrupto, además del conflicto con Elba Esther, la oposición interna del Tucom y el escándalo sobre la fortuna del ex candidato presidencial, Arturo Montiel”, señaló al diario *Reforma*, Rosario Green, secretaria general del PRI. Entrevista publicada el viernes 7 de julio 2006.

<sup>38</sup> Ciro Pérez Silva, “Festeja Madrazo su triunfo ante unos 400 simpatizantes”, *La Jornada*, México, DF, lunes 14 de noviembre de 2005.

<sup>39</sup> *Ibid*

<sup>40</sup> José Contreras, “Madrazo, candidato al vencer con 92.16% a Moreno (7.84); Mariano Palacios estima que votaron más de tres millones.” *La Crónica*, México DF, lunes 14 de noviembre 2005.

Ante este panorama, se advierte que en la mayoría de esos acontecimientos políticos, durante y antes del proceso electoral, siempre estuvo la mano y el discurso intervencionista del presidente, y sus colaboradores.

Por vez primera en la historia contemporánea de México, por su anticipado inicio, la sucesión presidencial se adelantó en tiempo y forma. Por ello la sociedad llegó a una polarización extrema. Hay otras, como la de 1940<sup>41</sup>, con su propia historia y agitación, que fue contenida por el presidente Lázaro Cárdenas, lo que no sucedió con Vicente Fox, quien jugó en sentido contrario, no frenó las ambiciones, las estimuló y él, antes que nadie, adelantó la sucesión, que en otros tiempos los mandatarios retardaban hasta el último año del sexenio con el propósito de mantener la estabilidad política en el país.

El papel que desempeñó Fox como jefe de Estado conductor de la sucesión presidencial fue sumamente irresponsable, pues adelantó los tiempos electorales y desgastó el andamiaje institucional.

Desatada la carrera por la Presidencia, los secretarios del gabinete foxista dieron rienda suelta a sus ambiciones políticas, por lo que las instituciones del Estado quedaron supeditadas a sus aspiraciones de poder. Lo mismo sucedió con los partidos políticos, que sin pensarlo siquiera se sumaron a la convocatoria presidencial para competir con reglas extralegales y escenarios preestablecidos que funcionaban ya a plenitud. Todos ellos propiciaron el adelantado futurismo que el presidente de la República generó con antelación marcando los tiempos políticos.

El banderazo presidencial de salida fue un aviso para que las fuerzas políticas se acomodaran en el arrancadero, en especial los actores políticos del

---

<sup>41</sup> Para un acercamiento al análisis metodológico de la prensa en tiempos electorales es importante consultar el libro "Prensa y Poder: La elección Presidencial de 1940 en la prensa mexicana", de la doctora en historia Silvia González Marín, Editorial Siglo XXI-UNAM. Primera Edición 2006. Páginas 389.

momento: Felipe Calderón Hinojosa, Andrés Manuel López Obrador, Roberto Madrazo Pintado, Arturo Montiel Rojas, Enrique Jackson, Manuel Angel Nuñez Soto, Alberto Cárdenas Jiménez, Santiago Creel, y Marta Sahagún de Fox, ajenos la mayoría de ellos de que desde la presidencia ya se tenía en esos momentos una clara estrategia para conducir al triunfo al partido en el poder.

Ante este escenario, es evidente la intromisión del presidente en el proceso electoral, cuyo objetivo central es conducir la sucesión para que desde Los Pinos sea ungido el candidato responsable de conservar el poder presidencial para el partido Acción Nacional.

Las muy adelantadas actividades proselitistas en el seno de “los partidos de siempre”, como denominó Patricia Mercado al PAN, PRD y PRI, los desgastó prematuramente, así como a los aspirantes y a los organismos electorales, provocando que se llegara a las campañas oficiales, en enero de 2006, con un discurso desgastado y con ciudadanos hastiados de una contienda que apenas iba a comenzar.

## Los Candidatos

En la contienda electoral de 2006 compiten cinco candidatos a la Presidencia de la República: Roberto Madrazo Pintado de la Alianza por México, Andrés Manuel López Obrador de la Coalición por el Bien de Todos; Felipe Calderón Hinojosa del Partido Acción Nacional (PAN); Roberto Campa Cifrián del Partido Nueva Alianza (Panal), y Patricia Mercado de Alternativa Socialdemócrata y Campesina. Además se renueva la Cámara de Diputados y Senadores, la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, la jefatura de gobierno y 18 delegaciones políticas, así como las gobernaturas de Guanajuato, Jalisco, Morelos, más de 423 alcaldías y 239 diputaciones locales en nueve entidades del país.

PRI, PAN y PRD son los tres grandes que gobiernan y cuentan con una sólida estructura y organización. Son los que tienen realmente la oportunidad de ganar la elección presidencial. El PRI, primera mayoría en las dos Cámaras y con 17 gobernadores, es el partido que en “teoría” se perfila como el vencedor. El PAN, segunda fuerza política en el Congreso y con ocho gobernaturas, tiene la presidencia de la República, cuyo mandatario participa activamente a favor de su candidato. PRD, con seis gobernaturas y tercero en ambas Cámaras, tiene al candidato que las encuestas lo perfilan como el “seguro” ganador. Felipe Calderón es el único de los tres que es postulado por su propio partido, Acción Nacional.

Andrés Manuel López Obrador es el abanderado de la Coalición Por el Bien de Todos que suma al PRD con los partidos del Trabajo y Convergencia. El Partido Verde Ecologista de México (PVEM) se sumó al Revolucionario Institucional bajo la coalición Alianza por México que al igual que la de AMLO abriga candidaturas diversas en procesos locales y federales.

Los partidos chicos o de reciente creación, sin que por ello pierdan importancia, sus candidatos son Roberto Campa Cifrián del PANAL y la única mujer que participa en la contienda, Patricia Mercado del Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesino, partidos que solamente buscan refrendar su registro ante el Instituto Federal Electoral y tener representación en el Congreso. Para lograr estas dos metas tendrán que obtener el 2 por ciento de la votación nacional.

Al candidato de la Coalición por el Bien de Todos, López Obrador, se le vio como el candidato que en las encuestas y los espacios informativos proyectaba el triunfo. Esta ventaja la mantuvo hasta unos días antes del 2 de julio, y fue gracias a la posibilidad de tener todo tipo de recursos disponibles desde la jefatura del gobierno del Distrito Federal.

El fallido desafuero provocó que la figura de López Obrador creciera y lo convirtiera en mártir. Su popularidad, su proyección mediática y su discurso popular en el que privilegia a los ancianos y clases populares, con la frase emblemática “primero los pobres”, le permitió emprender una campaña exitosa.

Antes, López Obrador tuvo que romper con el líder histórico del PRD, Cuauhtémoc Cárdenas, y su corriente fundadora del partido, el cardenismo. Esta escisión causó un daño evidente en la candidatura perredista, más cuando se da a conocer el 20 de junio de 2005—la foto de Fox y Cuauhtémoc Cárdenas se publica en la primera plana de *La Jornada*—al nombrarlo responsable de organizar los festejos del Bicentenario del inicio del Movimiento de Independencia y del Centenario del inicio de la Revolución Mexicana, los cuales se llevarán a cabo en 2010. Cárdenas, por su parte,

aclaró que su encargo no lo hace parte del gobierno federal ni tiene fines partidistas<sup>42</sup>.

En cambio, Felipe Calderón no fue el candidato del presidente Fox. En la elección interna del PAN, Calderón confrontó y derrotó a Santiago Creel, quien era el favorito de los intereses panistas en el poder, coordinados por el presidente Fox. El mérito de vencer a la maquinaria blanquiazul lo beneficio con presencia y credibilidad en la prensa.

Todo lo contrario fue con Roberto Madrazo, a quien ya de por sí es reiterado el tratamiento negativo que tiene en los medios. Baste observar que en la televisión y en las páginas editoriales de los diarios la mayoría de articulistas y columnistas, durante el proceso electoral, no desperdiciaron la oportunidad para reiterar lo más negativo del PRI y su candidato<sup>43</sup>.

Muy ilustrativa resulta la indagación que realiza entre 34 editorialistas el suplemento político del diario *Reforma, Enfoque*<sup>44</sup>. Pregunta ¿Quiénes complicaron la elección? Y responde: “El presidente Fox, su esposa Marta Sahagún, Manuel y Jorge Bribiesca, Elba Esther Gordillo y Roberto Madrazo fueron los principales responsables del complicar el proceso electoral del 2006”. La respuesta surge luego de que a los periodistas se muestra una lista con 27 nombres de la que tienen que elegir a los que más daño hicieron a la elección. El ejercicio es tan maniqueo que los editores reconocen que “un

---

<sup>42</sup> *La Jornada*, “El presidente Vicente Fox Quesada lo había llamado ejemplo de congruencia y gran luchador por la democracia, y en términos similares se había expresado los titulares de los poderes Legislativo y Judicial, así como el jefe de gobierno del D.F. “En entrevista posterior al acto, que tuvo lugar en el museo de Antropología, Cárdenas Solórzano dijo que su nueva encomienda no lo hace parte del gobierno federal, y que ésta nada tiene que ver con cuestiones partidistas o electorales. Aclaró que aún no sabe cuánto cobrará, porque las cuestiones administrativas estarán a cargo de la Secretaría de Gobernación”.

<http://www.jornada.unam.mx/2006/06/20/017n1pol.php>

<sup>43</sup> “Con el poder de los medios de comunicación concentrado en una cuantas manos, los medios van a seguir haciendo y deshaciendo figuras públicas de acuerdo con sus intereses, sean estos los propios de la libertad de prensa, los políticos, los monetarios o los ideológicos. La sociedad mexicana no sólo está atrapada en la pobreza, que le quita libertades a la gente para hacer lo que le conviene en la vida. También esta atrapada en el juego de los medios”, Roberto Madrazo “La traición” Editorial Planeta página 246. Ed. 2007

<sup>44</sup> *Enfoque*, 9 de julio de 2006

grupo de editorialistas consideró necesario incluir a los candidatos presidenciales Andrés Manuel López Obrador y Felipe Calderón”. Es decir, en la lista de culpables se excluye al binomio que con Fox causó más daño al proceso. A Madrazo lo acusan de complicar la elección bajo los siguientes argumentos: “Por lanzar su candidatura”. “Por su guerra contra todos”. “Por secuestrar al PRI”. “Porque su ambición personal impidió la democracia en el PRI”. “Actuó como político y los políticos siempre se mueven por sus intereses y no dudó en descalificar la actuación del IFE a su conveniencia”. “Por su cacicazgo en el PRI”. “Por su propaganda antagónica a AMLO y sus acusaciones sin fundamento que impidieron controversias dignas”. “Al complicar la elección interna de su partido complicó la elección federal”. “Porque hizo declaraciones sin fundamento cuestionando el proceso electoral”, entre otras.

Son pocos los colaboradores editoriales los que asumen simpatía por los priistas, así como también es escasa la presencia de articulistas identificados o militantes del PRI en las páginas de los diarios. Y en este caso el mal trato a Madrazo fue parejo tanto en medios electrónicos como impresos.

Desde 2004 ya se registran hechos en la vida política que marcan a los candidatos. El 30 de mayo de 2004 Felipe Calderón es destapado en un madrugete a cargo del gobernador de Jalisco, Francico Ramírez Acuña, lo que le valió un regaño presidencial. Posteriormente el 23 de octubre de 2005 obtiene la postulación de su partido como candidato a la Presidencia.<sup>45</sup>

En ese mismo año, el 29 de agosto, Andrés Manuel López Obrador marcha contra el desafuero impulsado por el ejecutivo, seguido por una gran

---

<sup>45</sup> Aunque era menos conocido que sus contendientes del PRI, Roberto Madrazo, y de la Coalición Por el Bien de Todos, Calderón llegó a la contienda con un bono favorable: había derrotado a Santiago Creel, el predilecto de Fox; incluso presumía de su sana distancia con el presidente y de tener un expediente limpio de corrupción, lo que le llevó a adoptar el lema del “candidato de las manos limpias”. Nota de Claudia Herrera Beltrán. *La Jornada* 2 julio 2006.

movilización que rebasó el Zócalo<sup>46</sup>. Fue su plataforma de lanzamiento como candidato presidencial. Inicia la campaña con el más alto índice de las preferencias electorales, colocándose en el centro de la más incisiva y negra de las campañas mediáticas que cualquier abanderado de un partido político haya recibido. Desde el gobierno federal, encabezado por Vicente Fox, hasta el PAN, se intentó desacreditar de cualquier forma las propuestas del perredista. La candidatura del tabasqueño fue producto del consenso de las fuerzas políticas y de los mismos ciudadanos, que lo consideraron con la mayor posibilidad de la izquierda para acceder a la Presidencia de la República, vía el proceso electoral. Desde agosto de 2005 López Obrador realizó una precampaña que lo llevó a recorrer los 300 distritos electorales del país. En esa primera etapa de trabajo para dar a conocer sus propuestas a la ciudadanía, conoció de cerca los problemas nacionales. Al concluir el viaje al interior de México, López Obrador fue electo como candidato presidencial, y semanas después como abanderado de la Coalición por el Bien de Todos.

En una contienda inequitativa por la candidatura presidencial, en la que arbitra como presidente del CEN de su partido, Roberto Madrazo se confronta con el grupo de gobernadores priistas TUCOM que respaldan al gobernador mexiquense, Arturo Montiel Rojas, quien gana la postulación con Unidad Democrática. Sin embargo, abandona la contienda interna ante una suma de señalamientos sobre su presunto enriquecimiento ilícito que no sólo contribuyó a debilitar más al PRI, sino que ahondó los enconos entre Madrazo y los gobernadores. La distancia entre éstos y el candidato se evidenció en el

---

<sup>46</sup> “Con la consigna “Todos somos López Obrador” y el grito “¡No estás solo!” de decenas de miles de simpatizantes que salieron a la avenida Reforma y llenaron el Zócalo fortalecieron a una figura política que en ese momento tomó el liderazgo social y la resistencia frente a la generalizada decepción política en amplios círculos ciudadanos ante el gobierno de Vicente Fox. “Traidor a la democracia” fue una consigna crítica que se generalizó para caracterizar a Fox”. Jenaro Villamil *Los Medios y los Jueces. La Guerra Sucia de 2006*. Editorial Grijalbo Página 51.

primer mitin de campaña, en Ecatepec, Estado de México, donde fue clara la capacidad de movilización del gobierno que encabeza Enrique Peña Nieto, por el numeroso contingente que reunió para la ocasión, pero también dejó clara la distancia con Madrazo cuando a su arribo los contingentes empezaron a dejarlo solo. Esto obligó al priista a pronunciar, en el arranque de campaña, un discurso de apenas ocho minutos.

*La Jornada* en su edición del dos de julio hace un balance de las campañas de los tres principales candidatos. De Madrazo dice que “los conflictos internos caracterizaron la campaña”; de López Obrador que los medios electrónicos fueron un factor en contra que “debió superar”; de Calderon, que pasó de la campaña del rezago a “echar las campanas al vuelo”.

## Enero-Julio, El Proceso Electoral

Tras el fin de la tregua navideña impuesta por el Instituto Federal Electoral, el 19 de enero de 2006 inicia formalmente el proceso electoral. Las campañas arrancan con bajo perfil y sin mucho interés por parte de los ciudadanos, cansados de los partidos políticos que durante varios meses mantuvieron una larga y desgastante lucha interna por elegir a sus candidatos. Así lo reportan las ocho columnas de *El Universal*,<sup>47</sup> que basado en opiniones del consejero presidente del IFE, Juan Carlos Ugalde y del presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana, Alberto Nuñez Esteba, advierten del “Hastío Ciudadano” frente a los partidos políticos, el mismo día en que la prensa reporta las primeas actividades de los candidatos. En el mismo sentido se expresa *La Jornada* que en su nota de primera plana reporta un “Frío arranque de campañas de candidatos presidenciales”<sup>48</sup>.

Otros personajes que por la libre se involucraron en el proceso electoral, aunque formalmente no participaron al no poder obtener el registro ante el IFE como fue el caso de Jorge Castañeda y Jorge González Torres, fueron vistos como comparsa del mismo.

En gráficas *Reforma*, *El Universal*, *La Jornada*, *Excélsior* y *Milenio* dejan testimonio equilibrado de los lugares en que los candidatos iniciaron sus actividades proselitistas. López Obrador en Metlaltónoc, Guerrero, el municipio más pobre de México; Felipe Calderón en el Toreo, bastión industrial conurbado del panismo y Roberto Madraza en Ecatepec, uno de los municipios más poblados y con grandes contrastes sociales. A partir del arranque de las campañas hay un seguimiento puntual y secciones dedicadas especialmente a los candidatos en sus recorridos por el país.

---

<sup>47</sup> *El Universal* 20 de enero de 2006. Primera plana.

<sup>48</sup> *La Jornada* 20 de enero de 2006. Primera Plana

El mes de enero agota sus días sin despertar un gran interés de la ciudadanía por las campañas electorales. En la primera semana se informa a través de los diarios y medios de comunicación el ascenso al poder del controvertido líder indígena de los cultivadores de coca, Evo Morales, quien asume la presidencia de Bolivia luego de obtener el respaldo mayoritario de la población indígena, la cual constituye más del 70 por ciento de los habitantes de ese país. Mientras, en la Ciudad de México por fin cae la asesina serial conocida como la “mata viejitas”, tema que tuvo sus dosis de politización. El 28 de febrero *El Universal* en sus ocho columnas asegura que “Guerra de spots no decidirá al ganador<sup>49</sup>” según lo afirman los articulistas del diario Leo Zuckerman y José Antonio Crespo, quienes observan que el gasto en publicidad política de los tres principales candidatos presidenciales tomará proporciones de “bombardeo masivo” en comparación con la inversión con que iniciaron sus campañas Andrés Manuel López Obrador, Felipe Calderón y Roberto Madrazo.

Para Marzo, las contiendas electorales inician un rumbo ascendente en el ánimo de los electores. En el noticiario estelar de televisa, el conductor Joaquín López Dóriga informa que en caso de ganar la elección presidencial el PRD, López Obrador nombraría al rector de la UNAM Juan Ramón de la Fuente como posible secretario de Gobernación. *Milenio* rescata las declaraciones y las coloca como su titular estelar “AMLO quiere a De la Fuente en Gobernación”<sup>50</sup>, pronunciamiento que genera descontento en los círculos universitarios, pues el rector no deja claro si aspira a ese puesto o se mantiene en el máximo cargo de la UNAM. Su declaración es ambigua “Por ahora, cada quien a su tarea<sup>51</sup>”.

---

<sup>49</sup> El Universal, <http://www.eluniversal.com.mx/primer/26145.html>

<sup>50</sup> Milenio, <http://www.milenio.com/mexico/milenio/asp?id-548018>

<sup>51</sup> *El Universal*, “El funcionario admitió que ha hablado con el perredista y otros candidatos, pero hasta ahora López Obrador no le ha solicitado participar en su posible equipo de trabajo. Señaló que lo más importantes

En respuesta a este pronunciamiento, Calderón acusa a Andrés Manuel López Obrador de “ser incongruente al destapar a Juan Ramón de la Fuente como posible secretario de Gobernación<sup>52</sup>”, y le recordó que en febrero de 2000 lo tachó de “peón de Zedillo”, en el contexto del enfrentamiento estudiantil que estalló en la preparatoria tres.

El 30 de marzo en pleno proceso electoral se consuma la ley de medios, bautizada como Ley Televisa. El Senado de la República aprobó la legislación. En marzo también se publican encuestas y se dan los primeros debates entre actores reales, no mediáticos. Protagonistas previstos o no por la legislación electoral que proyectan su peso y fuerza para inclinar la balanza a favor o en contra de uno u otro candidato y que pusieron jaque a los órganos electorales, a los que faltaron voluntad o herramientas legales para contenerlos y que a la luz de los registros informativos de los diarios son vistos como omisoso y faltos de claridad en sus determinaciones.

El presidente Fox apareció con mayor frecuencia en spots, entrevistas y discursos proselitistas promoviendo a su partido y advirtiendo de los riesgos del “populismo”. Actuó como un candidato más de la contienda, con los privilegios de su condición de jefe de Estado.

En este tipo de intervenciones extralegales, el Ejecutivo federal con su extenso aparato burocrático y político y los empresarios, quienes abiertamente participaron, con publicidad política en los medios, principalmente en televisión, para cuestionar al candidato del PRD.

---

en estos momentos “ es que cada quien se concentre en sus tareas; yo estoy trabajando en la universidad, pensando en la Universidad, pero aprecio el comentario que sobre mi persona han hecho, tanto López Obrador como Patricia Mercado”.

<sup>52</sup> *Milenio Diario* 2/Marzo/2006. Primera plana

Inicia lo que los partidos de oposición llaman la “guerra sucia”<sup>53</sup> contra Roberto Madrazo y López Obrador. La contienda se convirtió en una guerra mediática que involucró no sólo a los partidos y candidatos de oposición sino a otros sectores como los empresarios.

La expresión más impactante de este belicismo propagandístico fue la frase que acuñó el candidato panista en contra de Andrés Manuel López Obrador, a quien lo calificó como un “peligro para México”<sup>54</sup> y lo equiparó con el presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez.

Ante la supuesta amenaza que representaría para el país la llegada al poder de un presidente que aplicaría políticas económicas similares a las de Hugo Chávez., la derecha panista instrumentó una campaña mediática para movilizar a la burguesía y las clases medias a favor del voto de su candidato. La derecha panista intentó con éxito establecer un paralelismo entre Chávez y López Obrador. La “similitud” era que ambos personajes gobiernan con políticas populistas que en el escenario de que López Obrador ganara la elección de 2006 habría una fuga de capitales y por consecuencia una desestabilización económica parecida a la de 1994.

Estas descalificaciones fueron la materia prima de los spots televisivos del PAN para denostar a Andrés Manuel López Obrador, a los que se sumó el Consejo Coordinador Empresarial, el organismo cúpula de la Iniciativa

---

<sup>53</sup> “El mensaje ominoso que quedó para la historia fue el siguiente: todo se vale con tal de ganar o maquillar una victoria en las urnas, incluso si este triunfo arrastra al desprestigio a los árbitros electorales y consagra la guerra sucia mediática como una estrategia válida... Transitamos así a una nueva razón de Estado en materia electoral: ganan quienes pactan con los intereses de los poderes fácticos y cuentan con el dinero suficiente y la falta de escrúpulos necesarios para sembrar el odio, crispas a la sociedad de inventar amenazas y peligros apocalípticos para la nación sin importar sus consecuencias en el desarrollo democrático del país”, Jenaro Villamil “Los Medios y los Jueces. La Guerra Sucia de 2006”. Ed. Grijalbo. Edición 2007. página 26.

<sup>54</sup> “Lo acusaron de corrupto y fallaron. Lo elevaron a la categoría de principal enemigo de l estado de derecho y tuvieron que recular. Era necesario catapultarlo como un peligro para la estabilidad y el desarrollo económico promovido por la paz foxista. Pero hicieron mucho más que eso: Se requeriría construir en el imaginario social una amenaza de dimensiones apocalípticas. Era necesario sembrar un miedo de alcances irracionales y egoístas, una oleada de odio que se tradujera en rechazo electoral”. Villamil Jenaro “La Guerra Sucia de 2006” página 13 Ed. Grijalbo.

privada, que también desplegó, con esos argumentos, una campaña mediática contra el tabasqueño.

No sólo los partidos contrarios lo denostaron a López Obrador y su partido, desde la otra izquierda el subcomandante Marcos también se sumó a las críticas. Anticipadamente tomó distancia de AMLO y su grupo de salinistas, como los llamó, y emprendió la “otra campaña” que aunque no fue relevante en la información de los diarios si puso en duda y predicamento a muchos seguidores de la llamada izquierda. Las acusaciones del subcomandante a los perredistas y contra AMLO tenían algún sustento<sup>55</sup>.

No sólo los hombres del dinero y el poder político están presentes, también lo están las expresiones y movimientos sociales que inciden o buscan influir en el proceso electoral. El conflicto en Oaxaca, que tomó fuerza a partir del 14 de junio con un fallido desalojo del Zócalo, dio origen a la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca, (APPO), conflicto que acompañó todo el proceso y que fue un factor electoral preocupante e influyente. El gobierno aplicó una política muy controvertida en el conflicto por que alentó las protestas del magisterio y la APPO, cuya demanda principal era la renuncia del gobernador

---

<sup>55</sup> “El AMLO proyectado a las alturas de la democracia moderna” (o sea las encuestas) por la absurda y ridícula campaña de la pareja presidencial. El que convirtió la movilización ciudadana contra el autoritarismo del desafuero en un acto de promoción personal y de destape electoral. El que no dijo, en la movilización contra el desafuero, la frase que realmente correspondía, a saber, “ningún dirigente tiene derecho a encabezar un movimiento en torno a una causa justa para, a espaldas de la mayoría, sujetarlo a su proyecto personal de búsqueda de poder y negociarlo para eso”. El que convoca a una marcha del silencio y, en lugar de respetarlo, la usa para hablarle al Poder, imponiéndole a todos la palabra de uno. El de la alquimia que transforma un millón 600mil silencios en la voz de Don Porfirio que, a pesar de la silbatina (ésta si histórica), fue escuchada por quien fue el interlocutor de esa marcha: el Poder. El que trastocó (y devaluó) el triunfo popular de la marcha del 24 de abril y lo convirtió en un logro personal en su carrera presidencial. El ex desafortado. El que acusó al Poder de arbitrario y luego intercambió con el exoneraciones mutuas. El denunciante de “complots” que luego elogia como “estadistas” a quienes acusó de urdirlos. El que tiene, como uno de sus primeros “comités de apoyo” indígenas en Chiapas, a los caciques y paramilitares de Zinacatlán, los mismos que agredieron la marcha zapatista del 10 de abril de 2004. El que ya se ve a sí mismo cruzado por loa banda presidencial. El que, entre sus primeras ofertas de gobierno, garantizó la impunidad para quienes han asesinado y desaparecido a luchadores sociales, a quienes han sumido a México en la miseria y se han enriquecido a costa del dolor de todos. El que, con sus actos, le dice a la gente “los desprecio desafortadamente”. *En “la (imposibles) ¿geometría? Del poder en México*, subcomandante insurgente Marcos, lunes 20 de junio de 2005.

Ulises Ruiz, uno de los principales operadores políticos de Roberto Madrazo. Oaxaca junto con Tabasco era el bastión del candidato priista para obtener un margen de votación que le permitiera subir su porcentaje. Esos dos estados fueron ganados por López Obrador y el conflicto impidió la movilización y organización de la estructura del PRI en el Estado.

Otro de los conflictos que acompañaron al proceso fue la toma de Atenco, el 4 de mayo por la Policía Federal Preventiva (PFP), que dejó una larga secuela informativa de cuestionamientos a los gobiernos federal y del Estado de México. La explosión de la mina de Pasta de Conchos, en Coahuila, el 19 de febrero de 2006, que sepultó a 65 mineros y que desató un largo conflicto laboral. El caso del gobernador de Puebla, Mario Marín que fue señalado mediante una grabación, similar a la de los videoescándalos, como artífice de la violación a los derechos humanos de la periodista Lydia Cacho<sup>56</sup>, y que fue motivo de linchamiento mediático al ponerse énfasis en su origen partidista. Asimismo la pareja presidencial, Fox y Martha Sahagún, fueron responsables de graves intromisiones ya mencionadas. Durante el proceso proyectaron en forma creciente una imagen de frivolidad, abuso y corrupción. Es tan abundante el bombardeo informativo que exhibe a la familia presidencial que, al calor de la lucha electoral, el candidato panista intenta deslindarse: “Consideró que la defensa de los hijos de Martha Sahagún-acusados de tráfico de influencias-le corresponde a ellos y no al Partido Acción Nacional (PAN). Ojalá lo hagan ...es una tarea que le concierne sólo a ellos<sup>57</sup>”, sentenció Calderón.

---

<sup>56</sup> Las cintas en las que se escuchan la conversación de Mario Marín con el empresario textilero, Nacif Karam acusado de estar vinculado a una red de pederastía, se dieron a conocer en los medios el 15 de febrero de 2006.

<sup>57</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/primer/26200.html>

Pero sin duda fue Vicente Fox el que incidió de manera más negativa en el proceso electoral. Aún antes de iniciar el proceso y olvidándose de su investidura de jefe de Estado, el presidente Fox abrió fuego desde el ejecutivo en contra de las fuerzas que consideró se oponían a su proyecto, incluidas las de su propio partido. A lo largo de la precampaña y campaña las denuncias sobre su intervención fueron sistemáticas por parte de los partidos de oposición.

Fue público que con el jefe de gobierno del DF sostuvo un duelo verbal que sólo disminuía en breves temporadas. Ambos en su cálculo político abandonaron sus responsabilidades de gobernantes y privilegiaron sus ambiciones políticas. Fox fue el impulsor del desafuero y constante crítico de Andrés Manuel López Obrador a quien día tras día calificaba de populista e irresponsable. Fue, según muchas opiniones, el constructor de la candidatura del jefe de gobierno.

Además del propio material que los actores proporcionaron al candidato del gobierno, como el insistente “cállate chachalaca” con el que Andrés Manuel López Obrador convocó al Presidente a guardar silencio y no intervenir en el proceso o bien sus denuncias sistemáticas de complots en su contra, organizados de manera preferente por su enemigo favorito, Carlos Salinas de Gortari.

Uno de los momentos culminantes del proceso es en el mes de mayo cuando los partidos políticos responden a una convocatoria del secretario de Gobernación, Carlos Abascal, para reunirse y firmar un acuerdo para respetar los resultados de la elección, pero condicionan su firma a que, de acuerdo a las

ocho columnas del *El Universal* “el Presidente deje de hablar en comicios”, entre los demandantes está el propio dirigente del PAN Manuel Espino<sup>58</sup>.

Cuando más se evidencia la intención presidencial de influir en el proceso electoral y cuando más intensas son las acusaciones de los partidos políticos, la autoridad electoral llama a firmar un pacto con los gobernantes para que a partir del 23 de mayo los gobiernos federales, estatales y municipales no promuevan ni difundan ninguna obra pública

---

<sup>58</sup> *El Universal*, “El exhorto tiene un carácter político y busca que el presidente Fox evite emitir juicios de valor en torno de las elecciones, así como se revise el contenido de los spots del gobierno federal”. <http://www.eluniversal.com.mx/primera/26758.html>

## Las Encuestas

Las encuestas fueron el instrumento favorito de los candidatos para diseñar o modificar sus estrategias de campaña. Para medir su popularidad y aceptación en los votantes. Desde el sexenio de Ernesto Zedillo, las encuestas se establecieron como referencia de consulta para medir y evaluar los asuntos públicos y la popularidad de los funcionarios, en especial el Presidente de la República. Incluso Zedillo adoptó la técnica de manera sistemática para tomar el pulso a la situación política y económica de los gobernados. Desde entonces, las encuestas se han consolidado como la principal herramienta de medición para conocer la opinión de los ciudadanos.

En el proceso electoral de 2006 las encuestas se centraron en el voto que arrojarían a los diferentes partidos políticos los 71 millones electores registrados en el padrón el día 2 de julio. La respuesta verdadera sólo se encontraría en las urnas, pero a lo largo del proceso muchos quisieron registrar el pulso ciudadano.

Partidos, candidatos, gobernantes, medios de comunicación y empresario fueron los interesados en las mediciones, lo que originó que como nunca se consolidara la “encuestocracia”, entendida como una técnica para aproximarse y medir las percepciones de los mexicanos sobre temas como la política, los políticos y los problemas nacionales

Sin embargo, su uso indiscriminado provocó que también se utilizaran de manera perversa y manipulada contra los ciudadanos y actores políticos para influir, confundir y desprestigiar.

En la prensa, tres diarios *Reforma*, *El Universal* y *Milenio*, fueron los que acudieron de manera sistemática a las encuestas. Periódicamente publicaron encuestas que subían y bajaban las preferencias a los tres principales candidatos con posibilidades reales de ganar la contienda electoral. Si fueron

elaboradas profesionalmente o no, el impacto y manejo de sus resultados caló hasta lo más alto: fue tema frecuente en el discurso de los candidatos y partidos que por momentos parecía que olvidaban su compromiso de convencer con programas y propuestas.

Desde las elecciones pasadas del 2000 las encuestas fueron parte del panorama informativo nacional. En esos comicios ya se advertía de la manipulación que las empresas encuestadoras hacían para crear escenarios electorales falsos y mantener a los candidatos en la contienda.

Desde entonces, y como parte de una apremiante reforma electoral, que no se llevo a cabo, las empresas encuestadoras se fueron por la libre sin tener una rigurosa reglamentación del IFE que impidiera la manipulación y falsificación de sus evaluaciones de opinión.

Seis años después, su importancia en el ámbito electoral fue creciendo nuevamente. Se posicionaron como una parte fundamental de la información al punto de alcanzar una politización extrema.

Al respecto, *El Universal*, en su edición del 24 de junio de 2006, consigna en su información declaraciones de los principales ejecutivos de empresas encuestadoras. Reconocen que “Nos podemos equivocar, los reportes son falibles y vulnerables”. Son enfáticos en señalar que los estudios de opinión no muestran el lugar en que los candidatos quedarán al final de la contienda electoral.

En ocho columnas informa que se “Utilizaron en campaña encuestas fantasmas”, y en el cuerpo de la nota aparecen declaraciones de empresas líderes de opinión que denuncian que al menos una decena de encuestadoras

fantasmas operaron durante la campaña a favor de candidatos y partidos con el fin de influir en la intención del voto<sup>59</sup>.

En mayo de 200 y casi a dos meses de la elección del 2 de julio, el director de la empresa Parametría, Francisco Abundis, declara a *El Universal*<sup>60</sup> que los estudios de opinión de la mayoría de las encuestadoras señalan que la elección está “cerrada”, pero aclara que los métodos son “vulnerables”. Otro especialista en la materia, Jorge Buendía, director de Opinión Pública de Ipsos-Bimsa, precisa que la tasa de participación puede hacer la diferencia en elecciones cerradas. Ricardo de la Peña, director asociado de Consulta Mitofsky, recomienda al ciudadano evaluar las encuestas en conjunto. Manuel Barberena, presidente de Pearson y de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados, afirma que uno de los retos actuales es consolidar la credibilidad de las encuestas. Carlos Ordoñez, coordinador de las encuestas del *El Universal* se declara a favor de eliminar de los resultados a quienes manifiestan que no van a votar.

Previo a los comicios del 2 de julio, estas declaraciones advierten de lo cerrado que va a ser la elección y son muy cuidadosos en no sobrevalorar los resultados de las encuestas como el factor determinante en los comicios.

---

<sup>59</sup> La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) tiene identificada su forma de operar. La AMAI ha comprobado que envían a los medios de comunicación, principalmente en provincia, muestreos falsos que dan ventaja a unou otro candidato o pagan inserciones completas en periódicos locales. Además circulan las tendencias por Internet sólo durante pocos días o realizan envíos masivos a correos electrónicos. Las encuestadoras fantasmas aparecen y desaparecen de la noche a la mañana, explican miembros de AMAI y añaden que las falsas encuestadoras no tienen responsables, ni direcciones físicas dónde se les pueda ubicar y carecen también de una estructura metodológica en los resultados de los supuestos muestreos que realizan. Alejandro Garnica, director de la AMAI, llamó a la población a no dejarse sorprender por sondeos falsos. *El Universa*, 24 de junio 2006.

<sup>60</sup> *El Universa*, <http://www.eluniversal.com.mx/primera/26747.html>

### Las encuestas de Enero

Al concluir la tregua decretada por el IFE, el 2006 inicia con la publicación de las primeras encuestas de enero. *La Jornada*, diario cuyo perfil informativo es poco dado a involucrarse en encuestas, hace pública su primer sondeo. Inclined a simpatizar con López Obrador, *La Jornada* titula sus ocho columnas “Delantera significativa de AMLO en encuesta<sup>61</sup>,” la realiza la empresa encuestadora Covarrubias y Asociados para el Partido de la Revolución Democrática. Llena de optimismo, la encuesta asegura que “con una ventaja estadísticamente significativa” de 12 puntos sobre el candidato panista Felipe Calderón Hinojosa, y de 17 puntos arriba del aspirante de la Alianza por México, Roberto Madrazo, López Obrador arranca la campaña con una ventaja cómoda para ganar la presidencia de la República. La encuesta arroja los siguientes resultados: López Obrador 39 por ciento; Felipe Calderón 27 por ciento; Roberto Madrazo 22 por ciento; Patricia Mercado el uno por ciento; tres por ciento por ninguno y 8 por de indecisos.

A su vez, *La Jornada* infiere de la encuesta que “López Obrador, es el mejor candidato para resolver los problemas nacionales”. La responsable de la encuesta es María Cristina Covarrubias, quien realiza un balance del estado que guarda el candidato presidencial del PRD patrocinador del estudio de opinión, y concluye con la siguiente afirmación: “En síntesis , los datos de la encuesta conllevan a la conclusión de que en la contienda por la Presidencia de la República, hoy por hoy no hay nada de empates. Terminamos el año preelectoral y nos enfilamos al inicio del proceso formal con un claro puntero, que es Andrés Manuel López Obrador, y con un segundo lugar, Felipe Calderón Hinojosa, que aventaja significativamente, a su vez, al tercero, que

---

<sup>61</sup> *La Jornada*, 19 de enero de 2006.

es Roberto Madrazo Pintado<sup>62</sup>”. Simultáneamente, *La Jornada* publica la encuesta de Consulta Mitofsky, que la noche anterior se divulgó en el noticiario estelar de Televisa y cuyos datos coinciden con los del diario. Mitofsky, empresa que elabora los estudios de opinión a Televisa, le da AMLO el 39 por ciento de los votos; seguido por el panista Felipe Calderón con 31 puntos y en tercer lugar a Roberto Madrazo con 20 por ciento<sup>63</sup>.

Un día antes, el 18 de enero, *Milenio* publica su primer encuesta de 2006. La responsable del estudio de opinión es la encuestadora del diario, María de las Heras, quien coloca al perredista con un 37 por ciento; a Madrazo y Calderón con un 30 y 31 por ciento respectivamente, y concluye que “Felipe Calderón es el único que registra un incremento significativo de votos-dos millones más ahora que en noviembre-de los cuales un millón son ya estables del PAN y el otro proviene de los electores cambiantes o *switchers*<sup>64</sup>”.

Este resultado provocó descontento en el PRD, y en voz de su dirigente nacional, Leonel Cota Montaña la desestimo al acusar a María de las Heras de carecer de credibilidad. “Nos ha demostrado que no es la mejor encuestadora del país, ni mucho menos, pues cuando fue la elección en Nayarit nos colocó 20 puntos abajo del PRI y casi ganamos la gobernatura; otro caso fue el de Guerrero, donde nos puso abajo del PRI por cinco puntos y al final ganamos la elección”, aseguró. También el senador perredista y ex priista César Raúl Ojeda descalificó la encuesta y aseguró que López Obrador mantiene la ventaja con 39 puntos frente a 27 del panista Felipe Calderón y 22 del priista Roberto Madrazo. Ojeda, uno de los fundadores de las redes ciudadanas de la

---

<sup>62</sup> *Ibidem*

<sup>63</sup> *Ibidem*

<sup>64</sup> “ A un día del comienzo de las campañas electorales, el candidato de la Alianza por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador, se mantiene a la cabeza de las preferencias, pero pierde dos puntos porcentuales respecto a noviembre pasado y llega con 37%, mientras que el panista Felipe Calderón sube seis puntos en dos meses, equivalente a dos millones de votos, y se acerca al perredista al situarse en segundo sitio con 31% de las preferencias”. *Milenio*, 18 de enero 2006.

campana de López Obrador negó que la encuesta difundida por *Milenio* encienda los “focos rojos” en el equipo del tabasqueño, pues dijo, “la encuesta tiene un origen identificable y le están tratando de tirar un salvavidas a Madrazo<sup>65</sup>”.

E 19 de enero también el diario *Reforma* difunde su encuesta. Confirma que López Obrador mantiene una ventaja de 10 puntos sobre Felipe Calderón y de 16 puntos sobre Roberto Madrazo. La encuesta, dividida por regiones, le otorga el 40 por ciento a AMLO, quien “liderea centro y sur” del país, 30 por ciento a Calderón; 26 por ciento a Madrazo; 2 por ciento a Roberto Cifrián de Nueva Alianza y Patricia Mercado de Alternativa Socialdemócrata y Campesina con 2 por ciento.

Finalmente, el mismo día aparece la encuesta de *El Universal*. Publicada en ocho columnas señala “AMLO mantiene la delantera, repunta Calderón y Madrazo” , y arroja los siguientes resultados; López Obrador 33 por ciento; Calderón 27 por ciento y Roberto Madrazo 20 por ciento.

El inicio oficial del proceso electoral arranca simultáneamente con la aparición de las primeras encuestas de 2006 en los principales diarios nacionales. El debate por la sucesión presidencial se centra en sus resultados, y la información de los diarios junto con la opinión de articulistas, editoriales y especialistas se concentra en los análisis de opinión.

Federico Arreola, hasta hace poco director de *Milenio* y articulista del diario, se mete en el tema con profundidad con el propósito de impedir que López Obrador, a quien apoya desde las llamadas Redes Ciudadanas, no sea bajado de las encuestas. Impugna incluso la de *Reforma* que da ganador a AMLO<sup>66</sup>:

---

<sup>65</sup> <http://www.milenio.com/mexico/milenio/notaanterior.asp?id=540783>

<sup>66</sup> Federico Arreola, “El pionero de las encuestas”, “Los diarios del Grupo Reforma son los que más tienen que perder, por lo mismo los que más tienen que cuidar, con las encuestas electorales”.

le reconoce al diario sus aportes históricos en la elaboración de encuestas, pero lo cuestiona por dar empate entre AMLO y Felipe Calderón en su encuesta de finales de 2005 y por colocar en esta de enero al perredista a 10 puntos de ventaja que, esa-desde su punto de vista- sí es correcta, “pero no estoy dispuesto a celebrar este resultado sólo porque favorece al candidato que yo apoyo”<sup>67</sup>.

Es el primer alud de cifras y datos que bombardean a los electores, y de los cuales se concluye que el puntero en la preferencias es Andrés Manuel López Obrador, seguido por Felipe Calderón y en un tercer lugar con remotas posibilidades Roberto Madrazo.

Muy ilustrativa resulta la visión que en ese momento ofrece sobre los encuestadores Federico Arreola, quien a propósito de la de *Milenio*, afirma en su columna “De Ribete” que no es verdad que le disgusten los datos que presento De las Heras, a la que dice respetar, “a quien no respeto es al encuestador de Televisa, Roy Campos. Qué caradura. Hace no mucho tiempo, en esa televisora, desplomó a Andrés Manuel López Obrador y lo acercó a sus rivales Roberto Madrazo y Felipe Calderón. Y luego, haciendo mancuerna con Ulises Beltrán , el encuestador de Salinas y Zedillo, le sugirió a López Obrador “ponerse las pilas” en vez de andar desacreditando las encuestas que, según él, mostraban al candidato perredista consistentemente a la baja. Bueno hasta se atrevió a decir que era algo así como histórico que hubiese un empate entre los candidatos antes del arranque formal del proceso electoral”. “Pues

---

“La primera encuesta electoral se publicó en México tuvo que ver con las elecciones de 1985 en Nuevo León. La difundió el Norte y en la misma el priista Jorge Treviño superó dos a uno al panista Fernando Canales. Este resultado molestó tanto a los estrategas del PAN que importaron a una encuestadora norteamericana para realizar un trabajo más profesional. A la experta extranjera la coordinó el actual colaborador de *Reforma* y *El Norte* , Enrique Canales, a la sazón un tecnólogo muy prestigiado. Como la gringa no cumplía con ciertos requisitos migratorios, el experimento no se realizó. En fin, *El Norte* continuó aplicando encuestas electorales y en 1988, en la competida contienda entre Salinas, Cárdenas y Clouthier, ese rotativo regiomontano publicó la primera encuesta presidencial”.

<sup>67</sup> *Ibidem*

resulta que ayer, en Televisa, Roy Campos, sin dar ninguna explicación, otra vez desempató la elección: puso de nuevo muy por arriba a López Obrador. Si antes había empate, ahora el peje vuelve hacer el puntero indiscutible. Qué falta de seriedad. Eso sí, para que no lo regañen en el PRI y el PAN, Roy dijo que el hecho de estar ahora ocho puntos arriba en las encuestas no le garantiza nada a López Obrador, pues hace seis años Labastida superaba por una diferencia similar a Fox. Está equivocado. Sólo en su encuesta de hace seis años Labastida supera a Fox, porque en los estudios de una encuestadora seria, como María de las Heras, los candidatos del PRI y el PAN marchaban empatados desde 1999”<sup>68</sup>.

De las 12 encuestas nacionales recopiladas en vivienda y entregadas al IFE entre enero y febrero de 2006, en 11 la coalición Por el Bien de Todos encabezaba las preferencias—Mitofsky, Demotecnia, Mendoza Blanco y Asociados, dos del periódico *Reforma*, dos de *El Universal*, Parametría, BGC, Data Opinión Pública y Mercado y Covarrubias y Asociados. El porcentaje promedio a favor de López Obrador fue de 39% y 40%. Sólo en una encuesta se presentaba un “empate técnico” entre el PAN y la Coalición Por el Bien de Todos: 35%, mientras que seis encuestas incluyeron un alto porcentaje de indecisos: *Reforma*(15% en sus dos sondeos), Parametría (9%), GEA-ISA (15%), DATA (19%) y Covarrubias y Asociados (11%)<sup>69</sup>.

---

<sup>68</sup> <http://www.milenio.com/mexico/milenio/firma.asp?id=391645>

<sup>69</sup> Véase el folleto *Encuestas y Resultados Electorales*, IFE, diciembre 2006.

### El primer debate

Los debates entre los candidatos a la presidencia van de la mano de las encuestas; son inherentes al proceso electoral para medir el desempeño de los contendientes y evaluar su oferta política. Es el mecanismo a través del cual los candidatos presentan a los televidentes sus programas de gobierno.

Los debates inician en México a partir de la elección de 1994 cuando compitieron por la presidencia de la República Diego Fernández de Cevallos por el PAN, Cuauhtémoc Cárdenas por el PRD y Ernesto Zedillo por el PRI. Este primer debate considerado histórico por su alcance mediático marcó el inicio de esta nueva forma de hacer proselitismo en la televisión y que se ha ido consolidando en México a lo largo de dos elecciones presidenciales. Organizados por el IFE, los debates han sido punto de partida para el análisis que realiza la prensa de los candidatos y sus propuestas. Con una proyección propia, los impresos retoman los debates para realizar sondeos de opinión sobre el desempeño de los candidatos y, a su vez, divulgan nuevas encuestas sobre las preferencias electorales.

Con los auspicios del Instituto Federal Electoral, los partidos políticos acuerdan organizar dos debates. Fijan para el 25 de abril la realización del primero, en el que AMLO anuncia su negativa a participar.

En los días previos al primer debate, la nota principal de todos los diarios es la negativa de AMLO, quien justifica su ausencia a una estrategia de campaña dirigida a evitar que el debate le disminuya su nivel de aceptación en las encuestas. Ante el hecho, se informa que en el escenario del debate se colocará una silla vacía que acompañará a las que ocuparán Patricia Mercado, Felipe Calderón, Roberto Madrazo y Roberto Campa<sup>70</sup>.

---

<sup>70</sup> “De acuerdo con el sorteo realizado ayer en las instalaciones del IFE, Madrazo Pintado será el encargado de abrir la discusión ; el segundo será Roberto Campa de Nueva Alianza; en tercer lugar, Patricia Mercado de

Tres meses y una semana después de publicar su primera encuesta del año, grupo *Reforma* difunde el mismo día del primer debate una segunda, en la que agrega elementos adicionales a la lucha electoral y envía señales poco alentadoras para el puntero. En ocho columnas destaca: “Baja AMLO, sube Calderón”. Los datos que arroja su encuesta son del todo favorable a Felipe Calderón, 38% y poco para el abanderado perredista López Obrador, 35% y sin posibilidades de repuntar, Madrazo 23%. De las varias preguntas que se formulan en la encuesta una se refiere al interés por el debate en la que un 56% de los encuestados dice tener mucho o algo de interés en mismo y 41% poco o nada. La pregunta central de la encuesta es que “Si hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿por quién votaría?” pone en perspectiva gráfica las subidas y bajadas de los candidatos en las encuestas de los meses anteriores.<sup>71</sup>

De acuerdo con los datos de la encuesta, Felipe Calderón subió ocho puntos de enero a abril al pasar de 30% al 38%. En cambio, López Obrador disminuyó su porcentaje cinco puntos al posicionarse en enero en 39% subir al 41% en marzo y bajar hasta el 35% en abril. Madrazo, por su parte, también bajo cinco puntos su porcentaje al tener 28% en enero y llegar al 23% en abril.

En sus ocho columnas y en ocasión del anunciado primer debate, el diario *La Crónica* reseña opiniones de diversos organismos empresariales como el Consejo Coordinador Empresarial, la Cámara Nacional de Comercio y la Confederación Patronal Mexicana que “Exigen hoy debate con propuestas, no insultos”, nota que recoge en primer término y con amplitud de declaraciones del historiador Enrique Krauze, quien señala que el debate presidencial no

---

Alternativa, y en cuarto Felipe Calderón de Acción Nacional. Para el mensaje final, el orden será: en primer lugar el panista; luego Campa, en tercero el priista Madrazo y para cerra Mercado de Alternativa Socialdemócrata”. <http://eluniversal.com.mx/primer/26711.html>

<sup>71</sup> *Reforma*/25 abril/2006. Primera Plana.

tiene por qué ser acartonado, académico ni aburrido, opinión en la que coinciden varios analistas. Sobre la ausencia de Andrés Manuel López Obrador, Krauze puntualizó: “Si el debate es esencia de la democracia y un candidato no asiste al debate, pues ése candidato no se está comportando de manera democrática<sup>72</sup>”.

Ese mismo día *La Jornada* publica en su nota principal una carta de intelectuales extranjeros en apoyo a la escritora Elena Poniatowska en la que están “Literatos del mundo con Poniatowska vs la ultraderecha”, asunto que en las últimas semanas se ha ventilado con fuerza en espacios relevantes de este diario y de otros más por la abierta postura y compromiso de la escritora con el candidato de la Coalición Por el Bien de Todos, que fue duramente criticado por el panismo. Se trata de un manifiesto “Al pueblo de México” que se autodefinen como amigos del país y respetuosos de sus procesos electorales que en este tipo de intervención no censurable, expresan su consternación por las agresiones a la escritora por la diatriba de la derecha mexicana “votos muy destacados de intelectuales mexicanos” y aunque dan la bienvenida a la crítica, así sea a los intelectuales, rechazan “la calumnia y la agresión machista” Firman el documento 22 plumas reconocidas, entre ellas el Premio Nobel José Saramago, Ernesto Cardenal, Juan Goytisolo y Rubén Fonseca.<sup>73</sup>

Sobre el debate, *La Jornada* destaca en primera plana que a Madrazo le corresponderá abrirlo y sentencia en el editorial que “La dupla PAN-Alianza por México operó a lo largo de casi todas las reuniones para involucrar al candidato Por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador, en los dos debates. Fue infructuoso; de ahí que al final de la negociación, cuando estaba clara su inasistencia, pretendieron elevar el costo político de su ausencia. Fue

---

<sup>72</sup> *La Crónica*, 25 de abril de 2006. Primera Plana.

<sup>73</sup> *La Jornada* 25 de abril 2007. Primera Plana

el origen de la silla vacía, impuesta a pesar de la sugerencia de los consejeros electorales que coadyuvaron en el debate para impedirlo”<sup>74</sup>.

*El Universal*, en sus ocho columnas, aparecen declaraciones de los responsables de las campañas del PRI, Rosario Green y del PAN, Josefina Vázquez Mota, quienes coincidieron en que sus candidatos se significarán or la presentación de sus propuestas y “descartaron que el debate lo vaya a ganar la quinta silla o el podio vacío que será colocado en el foro a pesar de que no asistirá el quinto candidato, Andrés Manuel López Obrador”<sup>75</sup>.

Con una gran expectativa el debate se trasmite en televisión en cadena nacional con una duración de aproximadamente dos horas...en el debate las acusaciones del candidato priista contra Calderón...(verter los argumentos del debate.....

La opinión que ofrece la prensa al día siguiente del debate es la siguiente: *La Jornada*, nota de primera, lo banaliza y considera que fue un “round de sombra de Felipe Calderón y Roberto Madrazo Pintado”, “Aunque todos ofrecieron privilegiar la propuesta política, el primer debate entre cuatro de los candidatos presidenciales fue un encuentro lleno de denuncias, calificativos, acusaciones y ofensas”<sup>76</sup>. En línea informativa similar, *Milenio*, en su nota principal considera que se trató de un “Aburrido Ensayo” que se “convirtió en un round de sombra, con una primera parte salpicada de descalificaciones y después un intento de exposición de líneas generales de acción política y económica”<sup>77</sup>.

La percepción de *El Universal* es diferente considera que “A pesar de descalificaciones cruzadas, cuatro candidatos a la Presidencia de la República

---

<sup>74</sup> *Ibidem* .El Editorial

<sup>75</sup> *El Universal Ocho Columnas*: “Ofrecen Privilegiar las Propuestas el Debate”. 25 de abril 2007

<sup>76</sup> *La Jornada* 26 de abril 2006

<sup>77</sup> *Milenio* 26 de abril 2006

privilegiaron sus propuestas en los cinco temas abordados anoche en el primer debate. Los cuatro coincidieron en la necesidad de crear empleos y modernizar el sector energético, sin privatizarlo”<sup>78</sup>. En ocho columnas *Reforma* señala que “Debaten...con ataque” y añade que “en el debate presidencial, Felipe Calderón y Roberto Campa arremetieron contra Roberto Madrazo, quien se defendió criticando al candidato panista y tachando al de Nueva Alianza de Patiño”. “Campa dio el golpe más severo. En la primera contrarréplica acusó a Madrazo de no pagar impuestos desde finales de 2003 hasta 2005, y sólo desembolsar 86 pesos por el registro de una arma de fuego”<sup>79</sup>. En es mismo número, en nota por separado, *Reforma* registra que Andrés Manuel López Obrador y los principales estrategas de su campaña optaron por desdeñar el debate y guardar silencio durante y después del ejercicio. “Estaré en mi casa y hasta mañana (hoy), a las 10:00 (horas) hablaré de mi propuesta”, dijo al mediodía López Obrador cuando se le preguntó si lo vería y dónde.

Es en los medios de comunicación dónde se dan las diferentes percepciones sobre el vencedor o ganador del debate, y es en la prensa escrita en el que cada diario ofrece su versión de los temas que mejor abordaron los candidatos. Para ello, elaboraron encuestas para medir al candidato que mejor desempeño tuvo en el debate. *Reforma* y *Milenio* hacen gala de metodología sofisticada para sus mediciones y, como fue marcado en el proceso electoral, intentan influir con los resultados desde la forma en que se presentan. *Reforma*, evalúa la visión de los presidenciables sobre temas de política fiscal, económica, energética, educativa, entre otros, y da un claro ganador: “Supera Calderón de principio a fin”, asegura para después resumir en seis cuadro de información

---

<sup>78</sup> *El Universal* Ocho Columnas: “Las Propuestas Ganan en medio de Acusaciones” 26 de abril 2006

<sup>79</sup> *Reforma* 26 de abril 2006

diversos registros; uno que da como perdedores a Madraza y AMLO (ausente) con porcentajes del 45% y 22% respectivamente.

Este primer debate genera en los diarios reacciones informativas que intentan indagar quien salió victorioso, sin poner demasiado énfasis en la propuesta e ideas. Durante y después del debate comenzaron a gestarse una serie de encuestas entorno a este, una de estas fue la de *Reforma* el cual la publicó bajo el título de “¿Por quién votaría<sup>80</sup>?”. Según el sondeo, Felipe Calderón fue el que mejor capitalizó el encuentro al aumentar en las preferencias tres puntos, es decir, pasó de 55% antes del debate al 58% después del debate. En cambio, López Obrador registró una abrupta caída al pasar de 28% antes del debate al 19% después del debate. Madraza mantuvo inalterable su porcentaje con el 10% antes y después del debate.

*Milenio* ofrece resultados a un ejercicio que no es una encuesta “Le pedimos a 110 personas de todos los grupos de edad, mitad hombres y mitad mujeres, que viven en 20 diferentes ciudades del país, que en grupos de cinco se reunieran en la casa de uno de ellos a ver el debate por televisión<sup>2</sup> y el día 27 de abril ofrece sus resultados: “Mercado el mejor promedio; Campa el más bajo”, y el diario y la empresa responsables de la medición, Nemotecnia, explican por qué no levantaron una encuesta: “por dos razones, la primera es que ese tipo de encuestas sólo se pueden hacer vía telefónica y la mayoría de los electores de este país no tienen teléfono en su casa, y entre los que si tienen no hay muchos que se prestan a que a las once de la noche los estemos entrevistando. El segundo motivo por el que intentamos hacer algo distinto es porque eso de “ganar un debate” es un concepto completamente sui géneris. Queda clara quién gana u partido de futbol o quién gana dinero en la bolsa de

---

<sup>80</sup> *Reforma* 27/abril/2006

valores, ¿pero quién gana un debate?<sup>81</sup>”. Este tipo de explicaciones aunque dotan de certeza a la medición específica de que se trata, abre mayor incertidumbre sobre la naturaleza de estos ejercicios en general, pues estos levantamientos a lo largo de toda la campaña tuvieron altas dosis de incredulidad y cuestionamientos por uno u otros candidatos, especialmente por López Obrador y Madrazo.

Otro procedimiento seguramente válido a la luz de los especialistas que lo aplican, promueven la percepción de que las mediciones tienen mucho de subjetivo, como lo evidenció el ejercicio que realizó *El Universal* con grupos de jóvenes a los que reunió en torno del debate, los entrevistó y después resume su experiencia personal a una experiencia generacional: “Para jóvenes profesionistas, estudiantes de diversas universidades y trabajadores de diversos sectores del Distrito Federal, los más destacable del debate de ayer-entre cuatros de los cinco candidatos presidenciales-fueron las propuestas por encima de las agresiones personales”. Tómese nota que se trato sólo de 17 personas, 10 de las cuales juzgaron que “fue negativo que Andrés Manuel López Obrador no participara; “no dejó ver al pueblo sus propuestas”, consideró Cecilia Ramírez Fernández, estudiante de turismo; “alguien que quiere ser Presidente, no puede ponerse en un plan a la defensiva. México necesita gente con decisión y carácter”, opinó a su vez Alan Ángeles Marmolejo, joven técnico<sup>82</sup>”. Un ejercicio Poco representativo, pero que al ser puesto en letras de molde, como los anteriores, genera una idea amplia, que va más allá de sus alcances muestrales.

Tras la celebración del primer debate los medios acuñan un nuevo concepto, el posdebate, que es la interrelación de opiniones interesadas en posicionar a los

---

<sup>81</sup> *Milenio* 27 de abril 2006

<sup>82</sup> *El Universal*, <http://www.eluniversal.com.mx/nacional/137720.html>

candidatos, luego de su presentación. Según los medios, Patricia Mercado, candidata del partido de Alternativa Socialdemócrata, fue la que ganó el debate, y que en días sucesivos gana espacios periodísticos relevantes que ponen el énfasis en que se trata de la única mujer que compite por la presidencia.

Este primer debate se caracteriza por la ausencia de propuestas. En los mensajes de los candidatos sólo se percibieron promesas inconexas e inconsistentes, ya sea porque no se expresaron con claridad o porque los medios no fueron capaces de difundirlas, acercarlas a los votantes. Las plataformas políticas de los partidos no fueron el punto de partida para exponer a los ciudadanos la propuesta social y económica, entre otras.

### Las encuestas de mayo

Semana a semana, mese tras mes las encuestas siguen apareciendo en los medios de comunicación, ya sea en inserciones pagadas en diarios ó hechas por ellos mismos. Sin embargo, mayo es considerado por los estrategas de campaña como el mes clave para consolidar los resultados de las encuestas. Aparecen las primeras que colocan en primer lugar de las preferencias al candidato del PAN, Felipe Calderón, desplazando al puntero López Obrador, lo que provoca una gran agitación entre los actores políticos de la contienda acompañado de críticas y descalificaciones.

Inicia el mes con la encuesta de *Milenio* que arroja los siguientes resultados: Calderón 36%, Andrés Manuel 33% y Madrazo 28%.<sup>83</sup> De acuerdo con la responsable de la encuesta, María de las Heras, el candidato panista logra posicionarse en el primer lugar de las preferencias al obtener 1.3 millones de votos más de los que tenía en el último sondeo. Ante la reacción de esta encuesta, María de las Heras explica a profundidad que “la ventaja de Calderón está en el voto cambiante” y precisa que el panista “no lo está quitando adeptos a nadie, si los porcentajes de votación de López Obrador y Madrazo decrecen es porque el PAN está creciendo<sup>84</sup>”. En respuesta, Federico Arreola, desde las mismas páginas del diario, opina sobre el tema y recrimina el clima informativo generalizado que coloca a AMLO a la baja en las preferencias y sentencia: “Aprecio mucho a mi amiga María de las Heras. La respeto, la admiro. Por lo tanto, nunca voy hablar mal de ella. No soy tan ruin. Lo que sí voy a decir es que la gente no se está creyendo lo que han dicho en los últimos días algunas encuestas: que Felipe Calderón ha superado en las

---

<sup>83</sup>*Milenio*, 2 de mayo de 2006

<sup>84</sup>*Milenio* 3 de mayo de 2006

preferencias electorales a Andrés Manuel López Obrador<sup>85</sup>”. Al día siguiente Arreola continúa con la polémica en su columna y añade un cuestionamiento sistemático que claramente surge de las preocupaciones partidistas por el impacto de las encuestas: lo que “estamos viendo es que, orquestadas desde Los Pinos, las compañías demoscópicas han decidido recurrir a toda clase de tretas estadísticas para justificar los absurdos resultados que más convienen a la estrategia del PAN y del gobierno foxista. Ya quedó en claro, así lo denunció ayer López Obrador en tierras jaliscienses, que detrás de toda la farsa de las encuestas está el jefe de asesores de Vicente Fox, ni más ni menos que Ramón Muñoz<sup>86</sup>”.

También a principios de ese mes se difunde una de las encuestas más esperadas y con mayor impacto en las campañas electorales, la del grupo *Reforma*. Como la del mes anterior, la encuesta coloca nuevamente a Calderón a la cabeza de las preferencias electorales. Un punto porcentual menos que la del 3 de mayo Calderón se mantiene arriba con el 39%, seguido de un Andrés Manuel López Obrador que en menos de 20 días subió del 33% al 35% , y en un lejano tercer lugar sin posibilidades de remontar aparece Roberto Madrazo con 22%. Comparativamente, *Milenio* registra la misma tendencia, pone a la baja a López Obrador y coloca a Roberto Madrazo en un inamovible tercer lugar.

Entre las 26 encuestas registradas por el IFE entre abril y mayo de 2006, meses en los que ya se podía medir el impacto de la campaña mediática promovida por el gobierno, el PAN y grupos empresariales contra AMLO, siete daban ventaja a López Obrador, 16 a Calderón y tres registraban “empate técnico” entre ambos candidatos. Mitofsky registro el 19 de mayo 34% de

---

<sup>85</sup> *Ibidem*

<sup>86</sup> Federico Arreola, “Ramón Muñoz: jefe de la banda panista” *Milenio 4 mayo 2006*

preferencias para López Obrador y Calderón, BGC registró el 3 de junio un empate entre los dos contendientes y Táctica Marketing arrojó 34%. Llama la atención el alto índice de voto indeciso que registraron cuatro empresas: 22%, según Indermec, en su medición del 17 al 26 de abril, 12%, Parametría en su encuesta del 20 al 23 de abril, 12% de GEA-ISA en su entrega del 27 al 30 de abril y 16% en su segunda medición del 22 al 26 de mayo.

## Segundo Debate

A 26 días de la elección presidencial se celebra el segundo debate, considerado decisivo para los candidatos en su objetivo por alcanzar la presidencia de la República y acrecentar el número de votantes a sus respectivos partidos. Este segundo debate lo preceden las encuestas que marcan para ese momento a los dos punteros, Calderón y López Obrador, éste último quién sí participara junto con los otros cuatro candidatos.

El día del segundo debate, las fuerzas políticas, los órganos electorales y los empresarios lanzan un exhorto a los candidatos para que se conduzcan con respeto y civilidad, dejen de lado las descalificaciones y pongan en el centro de la discusión las propuestas y programas de gobierno.

Los árbitros electorales consideran que de realizarse el debate sin agresiones o acusaciones ayudaría a mejorar el clima electoral. El presidente consejero del IFE, Luis Carlos Ugalde, el del Tribunal Electoral, Leonel Castillo, y de la Fiscalía Electoral, María de los Angeles Fromow, coinciden en afirmar que si los aspirantes presidenciales se dedican a “golpearse”, lo único que provocarán es la disminución de electores.

A su vez, los empresarios del país pidieron a los candidatos que terminen de una vez los ataques y las descalificaciones mutuas, y que muestren una mayor visión de Estado para debatir las propuestas que realmente beneficien al país. El dirigente de la Confederación Patronal Mexicana (Coparmex), Alberto Nuñez Esteva, manifestó que “nos hace falta ver a los candidatos con visión de estadístas”. “Nos hace falta verlos con pensamientos de largo plazo, que nos digan que país están visualizando y qué compromisos asumirían los seis años que serían presidentes. Eso más que las descalificaciones y propuestas

parciales; menos guerra sucia, menos descalificaciones, sí debate de ideas y propuestas<sup>87</sup>”.

El clima electoral en el mismo día del debate es confuso ya que varios diarios lo ambientan con noticias y asuntos escandalosos que flotan en la información. Se rumora que en la víspera que en la víspera del debate se darán a conocer nuevos videos grabados por el empresario Carlos Ahumada, preso desde 2004. De ahí que, de acuerdo a las notas estelares de *La Crónica* y *Milenio*, se afirme que el Gobierno del Distrito Federal descalifica las cintas que se darán a conocer. El jefe de Gobierno capitalino, Alejandro Encinas advierte que no cederá ante las “amenazas” y “chantajes” que intentan realizar a su administración personas relacionadas con el empresario de origen argentino<sup>88</sup>. En este clima y en un ambiente informativo poco favorable para López Obrador los candidatos hace sus pronósticos y adelantan definiciones sobre algunos temas: “El Fobaproa fue un mal menor: Calderón; espero que no haya golpes bajos en el debate: AMLO; va estar muy suave: Madrazo”, resume en su primera plana el *Financiero*. Y es que el cruce de acusaciones de uno y otro lado ha sido la constante y en este día parecen concentrarse. Incluso la renuncia de Genaro Borrego a 30 años de militancia en el PRI, del que fue presidente nacional, aparece como nota relevante, “con lo cual se adelantó al desenlace del proceso de expulsión abierto en su contra por la Comisión Nacional de Justicia Partidaria, por respaldar el proyecto del candidato panista<sup>89</sup>”. Y a Calderón no le va nada bien informativamente, se insiste en que fue responsable intelectual del Fobaproa con José Angel Gurría, entoces

---

<sup>87</sup> *Diario Milenio*, 6 de junio de 2006.

<sup>88</sup> “Otro chantaje de Ahumada: PRD”. El GDF fue motivo de presiones e incluso de chantajes, si no se cumplía un conjunto de beneficios o prebendas al empresario, quien amenazó con mostrar las cintas, revela Alejandro Encinas. <http://www.milenio.com/mexico/milenio/aspd?id613151>

<sup>89</sup> *Milenio*, <http://www.milenio.com/mexico/milenio/notaanterior.asp?id-613200>

secretario de Hacienda, y el presidente Ernesto Zedillo, según publica *La Jornada*.<sup>90</sup>

Este es el escenario que antecede al segundo debate, que será transmitido por la noche en las instalaciones del World Trade Center. Durante el encuentro el debate se centró realmente entre los dos punteros, Calderón y López Obrador, quienes se lanzaron fuertes acusaciones sobre los errores y omisiones que ambos cometieron durante su gestión como jefe de gobierno del DF y en el gabinete, respectivamente. El tercer candidato en las encuestas, Roberto Madrazo, no tuvo un discurso contundente que le permitiera poder remontar sus preferencias electorales que le daban las encuestas. Además los punteros mostraron indiferencia hacia un Roberto Madrazo que intentó hacer buenas propuestas pero cuya condición de ser el tercer lugar en las encuestas con un 22% de preferencias lo colocó en una posición marginal en la que por estrategia política Calderón y López Obrador no le hicieron caso y entre ellos centraron sus críticas.

Como en el primer debate, al día siguiente la meta, el objetivo de la mayoría de los medios fue saber quién ganó. Habrá que acotar que el escándalo de la víspera, los nuevos videos, perdió fuerza, pues no fueron presentados, aunque el intercambio de acusaciones sobre el tema siguió siendo relevante. En las ocho columnas de los diarios se registran ciertos alineamientos a favor o en contra de alguno de los candidatos: “Nada para nadie” afirma *La Jornada*. Destaca en su parte superior una foto, ocupa la mitad de la portada, en la que aparecen los tres más fuertes, a la izquierda AMLO, al centro Calderón y a la derecha Roberto Madrazo. *Reforma* de acuerdo a su inclinación panista da ganador a Calderón, y publica una encuesta en la que señala: “Domina Calderón desde el inicio”, arrojando los siguientes resultados; opiniones

---

<sup>90</sup> *La Jornada* junio 6 de 2007

levantadas en Saltillo, Monterrey, Guadalajara y DF con la pregunta “¿Quién ganó el debate?”, Felipe Calderón 64%, López Obrador 20% y Roberto Madrazo 8% <sup>91</sup>, Patricia Mercado 5%, Roberto Campa 1% y 2% no contestó.

En sus ocho columnas el diario *El Universal* indaga sobre quién fue el mejor y presenta el resultado del debate como un choque entre los punteros Calderón y AMLO que intercambiaron acusaciones; por su mal desempeño en el GDF, el perredista, por obtener beneficios familiares, el panista. Lo cierto es que en el debate surgió el caso del “cuñado incómodo” de Calderón que influyó en el posdebate y colocó al panismo a la defensiva, pasando a un segundo plano informativo el triunfador en el debate, que según las encuestas de los diarios, fue Felipe Calderón. El caso del “cuñado incómodo” conocido también como el caso Hidelbrando fue uno de los varios temas que brotaron en la contienda para golpear al panista. *La Jornada*, que en la información del debate prestó poca atención al tema, al día siguiente en sus ocho columnas denunció que “Solapa Calderón a su cuñado incómodo” y en la nota de paso externó opiniones sobre el momento del “llamado posdebate del no debate fue dominado ayer por las denuncias hechas el martes por Andrés Manuel López Obrador respecto de las sospechosas operaciones, con todo y evasión de impuestos, del holding empresarial que dirige Diego Hidelbrando Zavala Gómez del Campo, hermano de Margarita Zavala, esposa del candidato panista Felipe Calderón<sup>92</sup>”.

---

<sup>91</sup> *Reforma* /06/06/2006.

<sup>92</sup> *La Jornada* junio 08 2007

### Las Encuestas de Junio

Como era de esperarse, tras haber concluido el segundo debate se difundieron las encuestas finales del proceso electoral. Una semana antes de la elección, el 23 de junio, *Reforma* publica en su primera plana la última encuesta nacional que declara en sus titulares “Empate técnico y 12% de indecisos.”<sup>93</sup> Bajo la pregunta si hoy fueran las elecciones para Presidente de la República, ¿Por quién votaría?, la respuesta a la encuesta fue la siguiente: Andrés Manuel López Obrador 36%, seguido de dos puntos abajo por Felipe Calderón con el 34% y Roberto Madrazo con el 25%, porcentaje que a la luz de los resultados deja prácticamente al priista fuera de la contienda.

*El Universal*, por su parte, ofrece su encuesta previa al dos de julio: “Repunta López Obrador”, publica en primera plana en la que ofrece un resumen del estado que guarda la popularidad de los cinco aspirantes<sup>94</sup>. La encuesta nacional de intención de voto realizada por el diario refleja un empate técnico entre Calderón y López Obrador, 36% y 34%, respectivamente. Insiste en que se trata de un empate, ya que la diferencia de dos puntos a favor del perredista es menor al margen de error estimado para ese sondeo ubicado en  $\pm 2.9\%$ . Precisa que “En comparación con la encuesta publicada la semana anterior (que no incluía el posible efecto del escándalo del cuñado de Felipe Calderón), en la cual el panista encabezaba las preferencias, se percibe un ligero repunte de Andrés Manuel López Obrador de 2% y un descenso de Felipe Calderón de 3%. La intención de voto del candidato de la Alianza por México, Roberto Madrazo, aumentó 4%. En las últimas semanas antes de la elección se observaron cambios importantes en los resultados de las encuestas que

---

<sup>93</sup>*Reforma*, 23 de junio de 2006

<sup>94</sup>*El Universal*, viernes 23 de junio, primera plana

contemplaron modificaciones en el porcentaje del candidato puntero, distancia entre primero y segundo lugar o entre el segundo y tercero.

Sin permanecer al margen de los estudios de opinión, *Milenio* publica su última encuesta en la que abona el terreno de la discusión electoral sobre el margen de triunfo que obtendría el próximo presidente para poder gobernar. La autora advierte que es urgente que se modifiquen las tendencias “porque suponiendo que lo que estamos estimando hoy es el escenario que se presenta el 2 de julio, tendremos un presidente por el que habría votado menos de la cuarta parte de los electores (22% de los electores, con 62% de participación dan el 35% de los votos), y lo que es muchísimo más delicado, dado el tono que han tomado las campañas, la mayoría de los electores no sólo habrían votado a favor de otros candidatos, sino que su principal motivación habría sido votar en contra del que ganó”<sup>95</sup>. Como nota principal del diario, la encuesta concluye “AMLO cierra con una diferencia de cinco puntos” bajo los siguientes resultados: AMLO 35.4%, Felipe Calderón 30.5% y Roberto Madrazo, a quien las encuestas de los otros diarios lo colocaba en un lejano tercer lugar, María de las Heras le da un ligero respiro con el 29.6% de las preferencias electorales.

De acuerdo con las últimas encuestas registradas por el propio IFE, en junio de 2006 se registró una variación significativa en las preferencias de votos. De las 19 encuestas ninguna reportó porcentaje de “voto indeciso”. Sólo dos coincidieron en un “empate técnico” entre Calderón y Obrador: *El Universal* del primero al cuatro de junio (36%) para ambos y BGC del 16 al 19 de junio (34%). A su vez, ocho daban ventaja a Calderón: las de mayor porcentaje fueron Mitofsky del 9 al 12 de junio (40.9% de preferencia sobre el total de la muestra) y GEA-ISA del 15 al 19 de junio (40.8%), en tanto que nueve dieron

---

<sup>95</sup>“AMLO cierra con una diferencia de cinco puntos”, *Milenio*, 22 de junio de 2006.

una ventaja a López Obrador, pero sin rebasar 36% de preferencias que reflejaban un virtual empate, sí se toma en cuenta el margen de error.

El investigador Francisco Aceves González, de la Universidad de Guadalajara, realizó su propio registro de 13 encuestas efectuadas a ocho días de los comicios presidenciales. De este total , siete señalaron como puntero a López Obrador—Demotecnia, Parametría, Indermec, *El Universal*, *Reforma* (dos puntos arriba Obrador de Calderón en estos dos diarios) Motofsky y Ceo de la Universidad de Guadalajara-- . mientras que cinco señalaban la ventaja de Calderón—Zogby, Alducin, GEA-ISA, Marketing Político y ARCOP—y sólo BGC, de Ulises Beltrán, registró un “empate técnico”.

## El Cierre de Campañas

El último jalón de las campañas electorales se produce una semana antes del 2 de julio en escenarios muy concurridos donde los candidatos intentan plasmar ante los medios de comunicación una última imagen de campaña que resuma lo mejor de las propuestas hechas durante el proceso electoral. En un ambiente masivo y mediático que pretende establecer escenarios que \*sugieren que miles de simpatizantes apoyan al candidato y su partido se llevan a cabo los cierre de campaña, los cuales son registrados con amplitud y relevancia al día siguiente por la prensa nacional. Son también la última oportunidad de los candidatos para ganar ventaja en un ambiente competido en el que, de acuerdo a diversas encuestas, suben y bajan en las preferencias electorales. Es el momento en el que se hace ostentación de la capacidad de movilización y de organización de los recursos partidistas para reunir en actos masivos al mayor número de simpatizantes y generar un espacio propicio para que el discurso y las propuestas del candidato presidencial se difundan justo en el lapso de una semana que se deja al votante para que ya sin propaganda reflexione su sentido del voto. De allí la importancia de los cierres de campaña.

La última semana de junio es de fotos con plazas muy concurridas, con candidatos con el brazo en alto, jubilosos y seguros de que la victoria será de ellos. López Obrado realiza su cierre de campaña en la plancha del Zócalo capitalino, dónde aseguró a sus seguidores que “vamos hacer historia”. En su información sobre el cierre de AMLO, llama la atención que *La Jornada* no presenta el cierre como nota de ocho columnas . Si bien en la foto que ocupa casi la mitad de la portada, López Obrador aparece en primer plano frente a la multitud que asiste al mitin, la nota principal son declaraciones de Vicente Fox, quien “ofrece respeto a la ley y resultados del IFE”. Las crónicas de estos actos son cuando hay identificación con el hombre muy elocuente, como la

que afirma Jaime Ávilés: “Lo que finalizó ayer en la plancha de un Zócalo desbordado por cientos de miles de personas mojadas que se apretaban codo a codo, al igual que en las calles cercanas a los edificios tutelares de la capital del país, no fue una simple campaña proselitista de largos meses de viajes, arengas, promesas y amarres. Fue, ante todo, la culminación de una vida de lucha en condiciones desventajosas y precarias, iniciada 30 años atrás en los pantanos chontales de Tabasco, que llegó a la orilla de sus propios límites. Consciente de que a partir de ahora nada podrá ser como antes, Andrés Manuel López Obrador, hablando como estadista, no como candidato, afirmó, casi al final de su discurso: “Vamos hacer historia, vamos a inaugurar una etapa que será parecida a la independencia, a la Reforma y a la Revolución, pero en la que haremos pacíficamente los cambios que necesita el país<sup>96</sup>”.

Acompañado por el movimiento social que ayudó a construir, primero como dirigente local, regional, después como número uno del mayor partido de la izquierda en México, antes de alcanzar la figura protagónica en el escenario nacional, asumir el gobierno capitalino y convertirse en auténtica opción de poder con grandes posibilidades de ganar la presidencia en los comicios del domingo 2 de julio, López Obrador repasó los puntos básicos del programa que desarrollaría en lo que muchos ya describían como su “sexenio”.

Para *La Jornada* el triunfo de López Obrador era casi inminente: “No hay duda AMLO es un candidato ganador sobre el que están puestas las expectativas” como lo confirma la nota informativa del diario que recrea también lo sucedido en el cierre: “Rindió homenaje a los luchadores sociales y políticos que “con esfuerzo y sacrificio nos abrieron espacios para avizorar un México justo, libre y democrático”, entre ellos citó a Cuauhtémoc Cárdenas.

---

<sup>96</sup> Jaime Ávilés, “Vamos a hacer historia”, promete López Obrador”, *La Jornada*, 29 de junio de 2006.

“En contraste con Felipe Calderón, quien centró su discurso de cierre de campaña en denostar a López Obrador, ayer el tabasqueño ignoró al panista, y con la seguridad de encabezar las preferencias electorales se refirió a su proyecto de gobierno y respondió a la campaña mediática impulsada por el Consejo Coordinador Empresarial. “Nuestros adversarios están muy desesperados, no les funcionó la guerra sucia y ya no saben ni que hacer. Han venido metiendo miedo a la gente: que vamos a endeudar al país con nuestra propuesta de crecimiento, empleo y bienestar. Nada de eso, no vamos a actuar de manera irresponsable, no vamos a provocar ninguna crisis, nadie debe preocuparse, vamos a actuar como siempre, con responsabilidad y sensatez”, consigna *La Jornada*.<sup>97</sup>

Simultáneamente a la información acompañada con fotos de los cierres de campaña se aborda el debate sobre la intervención de los empresarios en la contienda electoral, tema en el cual López Obrador se siente hostigado y golpeado debido a los spots televisivos que lanzan todo el tiempo contra él. Es por ello que en el cierre de Andrés Manuel uno de los temas de coyuntura que desplazó a la propuesta de fondo haya sido éste, pues lo más estacado fue la respuesta del perredista al empresariado, matizando opiniones contra todo el sector que de acuerdo al encabezado principal de *Milenio* informa sobre el retiro de los spots contra AMLO. “ El Consejo Coordinador Empresarial, por petición del Instituto Federal Electoral, decidió suspender los spots de radio y televisión en los que se exalta el valor que tiene el sostenimiento de la debilidad económica, pero que provocaron un enfrentamiento directo con el candidato de la coalición Por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador, la misma semana de los comicios”, afirma *Milenio*<sup>98</sup> en su

---

<sup>97</sup> *La Jornada* junio 26 2006, primera plana.

<sup>98</sup> <http://www.milenio.com/mexico/milenio/notaanterior.asp?id=626494>

información de primera plana. En tanto que la foto del cierre de campaña del controvertido candidato ocupa la portada junto a la nota informativa que da cuenta del acto en el que “AMLO ofrece transición pacífica y estabilidad”, mensaje que busca tender puentes con los empresarios en días anteriores.

*El Universal*, por su parte, resume que los presidenciables, además de pedir el voto, convocaron a la unidad nacional y a un gobierno de consenso. Realiza un ejercicio de equilibrio en el que otorga doble espacio a la foto de los cierre de campaña de los tres principales candidatos. Respecto a Calderón pone énfasis en su convocatoria en Guadalajara para jugar limpio y respetar el resultado de las urnas, de paso insistió en que el proyecto de López Obrador dividirá a los mexicanos y generará deuda que hipotecará al país. En el Zócalo de la Ciudad de México con una gran movilización que ocupó la plancha y los alrededores del lugar, López Obrador aseguró a los empresarios que no habrá crisis económica y ofreció que desde el lunes 3 de julio convocará a representantes empresariales, de las iglesias, de la sociedad civil y de otros sectores para construir un acuerdo, un nuevo pacto nacional, en pro del país. Y al final, en el tercer lugar de la información, Roberto Madrazo ofreció en el puerto de Veracruz un gobierno de acuerdos, de consensos, incluyente y plural. Reiteró lo que días antes había señalado en el segundo debate en el sentido de que a diferencia de sus adversarios, el PRI y su aliado Partido Verde Ecologista de México hicieron una campaña de propuestas, no de descalificaciones ni de pleitos. Nuevamente intentó posicionar su propuesta como un planteamiento de centro para la gobernabilidad, para el diálogo y construcción de acuerdos<sup>99</sup>.

---

<sup>99</sup> “Los extremos dividen, polarizan, y la derecha es esto, y la izquierda es esto, pero el centro es garantía de acuerdos, de diálogo. El Centro es gobernabilidad, es progreso para la gente. No es un centro ideológico, un centro etéreo, sino un centro activo, de diálogo y construcción de acuerdos.”, Roberto Madrazo, *La Traición. Conversaciones con Manuel S. Garrido*. Ed. Planeta. México DF. 2007 página 264.

## El 2 de Julio

Los diarios mencionados abren sus respectivas ediciones con llamados a los electores para acudir con calma y tranquilidad a las urnas y emitir su voto. Plasman en sus primeras planas imágenes que sintetizan el fin de una etapa, de un largo proceso electoral que llega a su fin el día dos de julio, fecha en la que se conocería por la noche al ganador de la contienda.

Para ese día ningún diario advirtió de la posibilidad de que la elección podría terminar en un conflicto postelectoral de dimensiones no previstas en el calendario político, y que por la intervención del presidente se abría la posibilidad de llegar hasta la anulación.

Nadie se imaginaba que en la noche del dos de julio no habría ganador de la elección, tampoco ningún medio de comunicación se imaginaba que en esa noche el poder en México se encontraba en vilo; la elección fue tan impugnada e inequitativa que existía la posibilidad de anularla por dos frentes: la intervención abierta del presidente Fox en el procesos electoral ó la apertura de los paquetes electorales para efectuar el conteo voto por voto.

Cuando el dos de julio de 2006 a las 11 de la noche Juan Carlos Ugalde, consejero presidente del IFE, informó a la nación que “no es posible determinar, dentro de los márgenes científicos establecidos para el conteo rápido, al partido o coalición que haya obtenido el mayor porcentaje de la votación emitida”, el país quedó en la incertidumbre.

Por la mañana dominical el ambiente era de tranquilidad y expectativa. Prestos a votar desde las ocho de la mañana, los electores, como lo resume el titular principal de *Reforma* del 2 de julio, llegan a la meta final de un proceso desagastado que no se sabe cuando empezó. De allí que las ocho columnas destacaron lo que fue la saturación y el hartazgo a que los partidos y sus candidatos sometieron a los electores: “Por fin: ¡A decidir!”. En la misma nota

asegura que “uno de cada ocho mexicanos aún no saben por quién votar”. No es el único diario que sintetiza en ocho columnas su visión del proceso. De hecho todos los periódicos ofrecen su propia versión de la temporada antes de las elecciones y de los respectivos precandidatos de los partidos políticos en contienda.

*El Universal*, en sus ocho columnas, pone destacó al árbitro responsable de organizar y conducir el proceso, y ofrece el pronóstico institucional: “Espera IFE afluencia de 60% del electorado”, en la que se espera que 42 millones de ciudadanos acudan a las urnas a votar, y superen la votación de los comicios de 2000.

Luego de una profunda crisis interna, y sin el estatus de cooperativa que sostuvo por mucho tiempo, *Excélsior*<sup>100</sup>, ya como un periódico empresarial convoca en sus ocho columnas a los ciudadanos; “Decide, tú gobiernas al país”, información que aparece junto con un montaje gráfico que cubre las tres cuartas partes de su primera plana.

*La Jornada*, privilegia la visión ideológica, su tono es contundente, se trata de decidir por “Cambio o continuidad”, y aunque el diario es precavido en mencionar sus preferencias coloca bajo su encabezado principal la foto de tres de los candidatos presidenciales. Ellos son, a la izquierda, Andrés Manuel López Obrador, al centro, Felipe Calderón Hinojosa y a la derecha a Roberto Madrazo Pintado. Aunque a estas alturas el diario no puede especificar quienes son los candidatos del cambio y de la continuidad, para sus lectores no hay duda, el cambio es Andrés Manuel López Obrador, y la continuidad los candidatos presidenciales del PAN y PRI.

Pero no sólo la *La Jornada* expresa simpatía o adhesión por un candidato. Cada diario, abierta o veladamente muestra a lo largo de sus páginas los

---

<sup>100</sup> Diario de gran tradición como *El Universal*, fundado ambos en la segunda década del siglo XX.

perfiles de partidos y candidatos, sus inclinaciones y simpatías. *La Crónica* es un ejemplo clarísimo. Si bien el día de los comicios guarda las formas y apunta en su nota estelar que **“Prevalece tranquilidad en el país para las votaciones”**, lo cierto es que por muchos meses se ocupó más de expresar puntos de vista a favor de censurar de manera sistemática a Andrés Manuel López Obrador.

Milenios es otro de los diarios importantes que pondera en su información principal un día tan especial de lo que significan las elecciones. El diario privilegió la voz de los empresarios que aunque participaron indebidamente en la contienda se muestran conciliadores: **“La Iniciativa Privada (IP), ofrece trabajar con el que gane”** destacó el periódico que citó palabras textuales del empresario regiomontano Claudio X González, presidente en ese entonces del Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP), cuya posición se sumaron la de sus similares del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), José Luis Barraza y Gastón Azcárraga, presidente del Consejo Mexicano de Hombres de Negocios (CMHN).

Con estos titulares, que en el fondo comparten la idea de que ha llegado la hora de votar y de que el sufragio debe respetarse, pareciera quedar atrás largos meses, años quizás, en los que la tónica fue el escándalo, la descalificación y una visible intervención del ejecutivo con el claro propósito de obstaculizar al camino a la presidencia a uno y encausarlo para otros.

Este dos de julio además de que cinco aspirantes a la silla presidencial disputan el favor de los ciudadanos, se renueva los 500 escaños de la Cámara de Diputados y 128 de la de senadores, y simultáneamente, en procesos locales, la Asamblea de Representantes del Distrito Federal, la jefatura del Gobierno del DF y sus 18 delegaciones políticas, así como la gobernatura de

Guanajuato, Jalisco y Morelos, más 423 alcaldías y 239 diputaciones locales en nueve entidades del país.

El día de los comicios es también el día del árbitro electoral. Llega al dos de julio de 2006 al climax de sus responsabilidades, llevar a las urnas a alrededor de 42 millones de ciudadanos y contar los votos emitidos. El Instituto Federal Electoral (IFE ) reunido desde muy temprano se declaró listo para la etapa final. Al clima de tranquilidad y concordia que se reflejó en las primeras planas se sumó un desplegado del IFE que se insertó en los diarios dominicales. Señala **“Cuando y dónde votar”** orienta a los ciudadanos para que ubicar en cuál de las 13 mil 500 casillas que se instalarán en todo el país les corresponde votar, mismas que abrirán a partir de las ocho de la mañana y cerrarán a las 18 horas. Un segundo bloque informativo responde a la pregunta **“Cómo y cuándo vamos a conocer los resultados de la elección”** que se responde y se desglosa en cinco puntos:

- 1) A través del Programa de Resultados Preliminares (PREP) que por Internet permitirá conocer los resultados de casillas, mismos que empezarán a fluir a partir de las 20 horas.
- 2) Conteo rápido, un ejercicio estadístico para conocer las tendencias de los resultados de la votación para Presidente de la República la misma noche de la jornada electoral que se basa en la información de siete mil 635 casillas y que será dado a conocer a las 23 horas por el Consejero Presidente.
- 3) Encuestas de salida y conteos rápidos que desde las 20 horas darán a conocer datos estadísticos de empresas encuestadoras y medios de comunicación de tendencias de la votación.
- 4) Suma total de los votos, responsabilidad de los Consejos Distritales y Locales del conteo de votos de las diferentes elecciones, a partir del

miércoles 5 de julio, para conocer antes del 9 de este mes cuántos votos obtuvo cada partido o coalición.

- 5) Por último, la calificación de la elección presidencial que es responsabilidad del Tribunal Electoral, al que corresponde declararla válida con base en la información que le presenta el Instituto.

### El día después de los comicios

Al día siguiente de la jornada electoral, en la que no se registraron incidentes de violencia que pusieran en riesgo la instalación de casillas, aún no se conocía el triunfador de la elección presidencial. El lunes se evidenció que pesa más la realidad que los buenos deseos y las suposiciones políticas.

La incertidumbre política en la que entró el país al no tener claro el ganador de la elección, fue destacada por los diarios. *Milenio Diario* se va a fondo y sentencia: **“México, en vilo”**. Tres diarios más coinciden en expresar la incertidumbre de la victoria presidencial aunque no por ello dejan de insinuar alguna preferencia u opinión. **“Y el ganador es....”** señala *Reforma*, editando su primera plana con sendas imágenes gráficas de Andrés Manuel y Felipe Calderón bajo las ocho columnas, y sobre éstas, mostrando mostrando los porcentajes de votos que según el PREP alcanzan los punteros: 37.08% el candidato panista y 39.07% el de la Alianza por el Bien de Todos.

Por su parte, *El Universal* refleja en su nota principal el clima político que percibe: **“Pelean voto por voto”** ante el empate que decreta el IFE y que respalda el conteo rápido de IPSOS-BIMSA que publicó el diario con el 36.5% tanto para López Obrado como para Calderón.

*Excélsior* sólo resalta una interrogante en su titular: **“¿Quién?”** Se pregunta y en dos columnas en las que divide su formato, concede espacios similares a uno y a otro para que ambos confirmen que ganaron: **“Es irreversible”** (LO) y **“No cabe duda”**(FC).

A diferencia de los otros diarios, *La Jornada* coloca en el centro de la información el desempeño del árbitro de la contienda con dos titulares que componen la edición de ese día; una que considera que el IFE ha sido **“Rebasado”** y otra que **“aplaza el veredicto”**.

Hay el registro de una tendencia clara y unánime: los otros candidatos, incluido el abanderado priista, Roberto Madrazo, son borrados del escenario principal y sólo quedan por la disputa de la presidencia de la República el panista y el aliancista. Las posiciones en el Congreso y las elecciones que hubo para gobernador, se consignan de manera marginal frente a la lucha electoral por la presidencia. Otras posiciones electorales pasan a un segundo plano noticioso y nadie reporta o registra en los procesos ni irregularidades ni quejas relevantes. En uno de ellos, la ventaja es muy clara, el PRD conserva con solidez la jefatura del gobierno del DF.

Lo que realmente importa a los partidos es ganar la presidencia de la República por lo que representa en términos del poder que tiene el ejecutivo en la conducción del país. Así *Reforma* documenta las tendencias en la Cámara de diputados y senadores en la que el PAN obtiene la primera minoría y el PRD se ubica como la segunda fuerza política, dejando en un tercer sitio al PRI<sup>101</sup>, que por primera vez, de acuerdo a los resultados, no aparece a la cabeza del Congreso.

Así como el dos de julio encontramos opiniones editoriales y de articulistas analizando al proceso, un día después la discusión es tratar de definir los escenarios que trae la incertidumbre.

*Diario Milenio*, a través de su encuestadora, María de las Heras, hace una primera valoración del dos de julio centrada en la orientación de la votación presidencial que para el diario es **“El Peor de los escenarios”** y dice que “en una cultura política dónde lo que priva es la desconfianza, lo que observamos

---

<sup>101</sup> Tras la elección de 2006, la composición del Congreso de la Unión quedó de la siguiente manera: Cámara de Diputados. PAN obtuvo un total de 206, de los cuales 137 fueron por mayoría relativa y 69 plurinominales. PRI 106; 65 de mayoría relativa y 41 de representación proporcional. PRD, un total de 127 diputados, de los cuales 91 fueron por mayoría relativa, 36 por representación proporcional. El Partido del trabajo tuvo 11 diputados, Partido Verde, 17, Convergencia también 17 legisladores, Nueva Alianza 9, y Alternativa Social Demócrata 5. En la Senadores, el PAN obtuvo 52 curules, el PRI 35, el PRD 31, PT 3, PVEM 4, Convergencia 2 y Nueva Alianza 1.

ayer se convierte en un escenario, por decir lo menos, delicado. Si traducimos a números el anuncio que dio el consejero presidente Luis Carlos Ugalde es que la diferencia entre el primero y el segundo no va a ser mayor a los cien mil votos”, y recuerda que en el 2000, con el triunfo claro de Vicente Fox, en el IFE hubo fiesta y “Hoy al escuchar el consejero Ugalde se hizo un profundo silencio y las caras permanecieron con el mismo gesto de duda que se había tenido durante toda la tarde”. En el mismo diario se externo otra opinión poco optimista: “Esperemos que la prudencia y la sensatez sean las que prevalezcan, pero las declaraciones últimas de los candidatos en las que no se aceptan derrotas, ni siquiera incertidumbres, no nos permite ser muy optimistas al respecto”.

En el diario *Reforma*, Miguel Ángel Granados Chapa que un día antes dijo que votaría por AMLO, ofrece una primera reacción de lo sucedido en un artículo titulado “Cajón de sastre”. Luego de censurar al presidente Fox por su impertinencia nocturna al reiterar lo dicho por el Consejero Presidente, señaló el desacató de los candidatos Andrés Manuel López Obrador y Felipe Calderón, que “obraron impelidos, el uno, por dejar constancia de un resultado de que dispone, para impedir que el silencio oficial se llene con cifras inexactas, y el otro para no dejar espacio únicamente a la proclamación de López Obrador. Con sus actitudes permitieron que el PRI apareciera como un perdedor sensato. Aunque sea un desafío a nuestra paciencia, es debido esperar al cómputo oficial (pues aún las encuestas del PREP son insuficientes). No hay que esperar pasivamente, sin embargo. Es necesarios someter a vigilancia civilizada las sedes de los 300 consejos distritales, recordando que en sus equivalentes de antaño “se corregía” la voluntad ciudadana cuando era menester”.

Otro articulista del diario, Roberto Zamarrita no duda en afirmar que “Aunque parezca obvio vale decir: la elección de ayer fue histórica. Por la afluencia de votantes, por el ambiente de calma, por la madurez en la organización ciudadana tanto para la instalación de casilla como para el cierre del proceso”, y concluye con lo que en ese momento de incertidumbre que aflora en los titulares es una postura que apela a la sensatez. Como un hubo una decisión estadística ahora es esencialmente aritmética. De manera específica, es una decisión que obliga a confiar en el conteo de votos en las urnas y en la revisión detallada de las actas de casilla.

***La Jornada*** es de los pocos diarios que todavía externan una posición editorial sobre los hechos relevantes del momento, es directa al señalar que el “proceso terminó en un impasse indeseable y preocupante que, aunque deja el saldo positivo de una participación ciudadana masiva y civilizada, confirma algunos de los peores temores previos a los comicios: el escenario de la indefinición prolongada de los resultados, una autoridad electoral rebasada por los contendientes y la perspectiva de un veredicto que no va a ser fácilmente aceptado por las fuerzas rivales, no sólo por la indefinición en la que terminó este largísimo día , sino por las distorsiones en que se desarrollaron las campañas previas y por la indebida intervención del gobierno federal en el proceso para invalidar una de las candidaturas y favorecer a otra”. Además el diario realiza una reflexión general de lo que fue el proceso electoral y ofrece un análisis en un momento en que los políticos reclaman la victoria. Se “trata de que la clase política, las autoridades y la mayor parte de los medios empezaron a contaminar desde hace muchos meses lo que habría debido ser, desde las primeras horas hasta la noche de ayer, la fiesta cívica de los ciudadanos. Ahora deben comportarse con un sentido máximo de

responsabilidad para evitar que el impasse electoral derive en una descomposición nacional que no beneficiaría a nadie”.

### El conflicto postelectoral, la incertidumbre

Otro tema es lo que sucedió el dos de julio. El cuestionamiento al proceso y a las instituciones de Andrés Manuel López Obrador cimbró a la sociedad, especialmente a la que habita en el Distrito Federal, que se vio sometida a un largo plantón que bloqueó la avenida Reforma y el Centro Histórico. Motivó marchas y manifestaciones sin fin.

Después de varios meses de deliberaciones, alegatos y movilizaciones populares, provocado por lo cerrado de los resultados, el IFE y el TRIFE, avalaron el triunfo del candidato presidencial del Partido Acción Nacional (PAN), Felipe Calderón Hinojosa. El candidato perdedor, Andrés Manuel López Obrador del Partido de la Revolución Democrática (PRD), impugnó el resultado y luego se autoproclamó “Presidente legítimo de México”.<sup>102</sup> Quedó claro y documentado que el presidente de la República Vicente Fox puso en riesgo la elección al intervenir desmesuradamente en el proceso.

Luego de los comicios, López Obrador convocó a sus partidarios a protestar y tomar las calles de la capital; impidieron el acceso a sucursales bancarias, protestaron frente a las principales televisoras del país, cercaron las instalaciones del IFE, acosaron al presidente saliente, Vicente Fox, incluso, los legisladores perredistas en el Congreso de la Unión, impidieron que rindiera su sexto y último informe de gobierno.

Asimismo, cuestionaron sistemáticamente al presidente electo, Felipe Calderón, intentando impedir la toma de posesión el primero de diciembre de 2006. Sin embargo, la “resistencia civil pacífica” convocada por López Obrador no obtuvo los resultados deseados. Hubo desencanto, ira, desilusión no sólo de los que votaron por él sino de gran parte de ciudadanos, “la táctica

---

<sup>102</sup> Francisco Reséndiz, “Anuncia AMLO 20 acciones”, en *El Universal*, México, DF., martes 21 de noviembre de 2006. Ver: <http://www.eluniversal.com.mx/primera/27981.html>

de bloquear calles en vez de ganar elecciones”, desgastaron la credibilidad del PRD y su candidato.<sup>103</sup>

Múltiples fueron las razones que propiciaron el descrédito de la elección, no la derrota de un candidato que se sintió ganador y no pudo probar su victoria. Fue la guerra sucia que contaminó el proceso antes de iniciar, cuyos principales artífices fue el ejecutivo. Fue una guerra mediática sucia que involucró no sólo a los partidos y candidatos sino a otros sectores que se convirtieron en protagonistas, como los empresarios.

Tal vez la expresión más impactante de éste belicismo propagandístico fue la frase que acuñó el panismo en contra de Andrés Manuel López Obrador, la que lo califica como “un peligro para México” al que equiparo con el presidente venezolano, Hugo Chávez, y a partir del cual se elaboraron varios spots que insistía en eso en que AMLO es un peligro para la nación.

Además del propio material que los actores proporcionaron al enemigo, como el insistente “cállate chachalaca” con el que Andrés Manuel convocó a Fox a guardar silencio y no intervenir en el proceso o bien sus denuncias sistemáticas de complots en su contra, organizados preferentemente por su enemigo favorito, Carlos Salinas de Gortari. Desde las filas mismas del perredismo, en especial el rompimiento con el cardenismo que aunque no se explícito por ninguna de las dos partes, causo estragos evidentes en la candidatura perredista, más cuando se da a conocer, el 20 de junio de 2005, que Cuauhtémoc Cárdenas, es designado por el presidente Fox como responsable de los festejos del Bicentenario del inicio del Movimiento de Independencia y del Centenario del Inicio de la Revolución Mexicana, los

---

<sup>103</sup> Dense Dresser, “Recipientes Vs Participantes: la izquierda y el reto de la ciudadanización”, ponencia presentada el 12 de marzo de 2007 en el marco del Seminario de Estudios Avanzados organizado por Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM con el apoyo de la Fundación Friedrich Ebert: “Izquierda, democracia y crisis política en México: posibilidades de una socialdemocracia en México”, coordinado por el doctor Roger Bartra y el Dr Francisco Valdés Ugalde, [www.fes.org](http://www.fes.org) p 7

cuales se realizarán en 2010. Cárdenas aclaró que su encargo no lo hace parte del gobierno federal ni tiene tintes partidistas.

Pero no fue el único asunto que calentó los tambores de la guerra: el PRI por ejemplo padeció una guerra interna y externa en la que miembros distinguidos de su Comité Ejecutivo Nacional, como la profesora Elba Esther Gordillo, a la vez, secretaria general, combatió a Roberto Madrazo, que también concentró el descontento de un grupo de gobernadores, el TUCOM, que apoyó a uno de sus miembros, Arturo Montiel, quien posteriormente, ya derrotado demeritó más aún la campaña tricolor al exhibírsele sistemáticamente como un político corrupto, dueño junto con sus familiares de grandes fortunas y mansiones en México y el extranjero.

## Conclusiones

Las principales herramientas para realizar esta investigación fueron: el análisis de texto, el hemerográfico y el bibliográfico. Para darle un sustento teórico se recurrió a la agenda setting, que significó un aporte importante para entender el estudio de la comunicación de masas en la relación de los medios impresos con el público en general.

Es a través de la investigación hemerográfica-análisis de textos- que se pudo dar un seguimiento puntual a la campaña de los candidatos presidenciales respecto a la agenda de los diarios más importantes a nivel nacional.

La hipótesis de la agenda setting de que los medios de comunicación en éste caso los diarios de circulación nacional ejercen una influencia en la agenda de los candidatos presidenciales es parcialmente cierta. A partir de una hipótesis parca sobre los efectos de la agenda de los medios en el debate de los candidatos, se pudo analizar que los temas sociales, políticos o económicos tratados por los diarios correspondió, en muchas ocasiones, a la agenda de las campañas presidenciales.

Si bien la teoría de la agenda-setting es un mapa que da cuenta con todo lujo de detalles de la agenda mediática, en esta investigación se analizaron sus efectos en los temas que suscitaron fuerte debates entre los actores políticos de la contienda electoral. La aplicación de la agenda no es totalmente homogénea, por lo que su aplicación en este trabajo intenta darle un sentido teórico que ayude a entender los efectos de los medios de comunicación-en este caso la prensa- en el público.

Se observó que en distintas ocasiones la agenda de los candidatos fue fijada por los temas que los diarios difundieron durante el proceso electoral. Por ejemplo, el tema de las encuestas fue sintomático de cómo los diarios fijaron

el debate de los candidatos, quienes hicieron de éstas un referente constante para medir sus popularidad.

Los cinco diarios se analizaron en su contexto social y político, por un lado, y en su contenido informativo, por otro. El reportaje fue el género periodístico en el que este trabajo se fundamenta para hacer una interpretación de los sucesos que ocurrieron durante el proceso electoral de 2006. Aquí en el análisis, la agenda Setting se entrelaza en los dos aspectos para dar seguimiento al debate de los candidatos y conocer la agenda mediática de los diarios. Explícitamente, no hay un enfoque de la agenda en cada uno de los diarios, pero si hay una interpretación a través del análisis de textos-hemerográfico y bibliográfico-de la prensa en los comicios presidenciales de 2006.

Con la aportación de la agenda-setting, esta investigación hizo énfasis en el trato que los medios impresos diarios dieron a los diversos actores y partícipes, lo que repercutió en la percepción de los electores.

La prensa desempeñó un papel importante e influyó en todo el proceso electoral de 2006, sin embargo no fue de las proporciones de la televisión, que en muchas ocasiones marcó la agenda de los candidatos a la presidencia de la República.

Si bien su ámbito de penetración se reduce a círculos mínimos de la población, comparativamente con los medios electrónicos, la prensa ejerce un efecto sobre la agenda de lo políticos, en este caso los candidatos.

En las páginas de los diarios se vierten declaraciones de todas las fuerzas políticas y sociales del país, de ahí la importancia de la permanencia de la información, mientras que la de la televisión es fugaz y poco reflexiva.

Los candidatos presidenciales utilizaron a los diarios como instrumentos para ampliar la difusión de sus plataformas electorales, y también sirvieron para reflexionar la crítica que en ellos se hacía sobre las campañas.

En cambio, la agenda mediática (la televisión) fijó la de los candidatos presidenciales, incluso los del PRI y del PRD la señalaron como responsable de contribuir a su derrota, pues fue en ese medio dónde se instrumentó una campaña de desprestigio auspiciada desde el poder contra ambos políticos.

Sin duda, Roberto Madrazo fue uno de los protagonistas de esta elección, y al respecto ofrece su visión de cómo los medios, principalmente la televisión, fijaron la agenda del proceso electoral:

“Los medios se apoderaron del escenario y condujeron las campañas. A tal grado que me atrevería a decir que decidieron de antemano, antes que los ciudadanos, quién iba a ganar y quién iba a perder, quién estaba dentro y quién estaba fuera, quien tenía buen mensaje y quien no lo tenía. Se volvieron los grandes jueces del proceso electoral. El hecho está en que la sociedad se encuentra atrapada en el juego de los medios, los cuales van creando una agenda de crisis, una agenda de miedo, una agenda de caos, que no para y no se ve que se vaya a detener”.

“Fuimos testigos de un desplazamiento del poder político hacia las grandes corporaciones de comunicación. La elección presidencial tiene un significado histórico brutal en ese sentido, pues la gran decisión de los ciudadanos emigró de una manera escandalosa y abierta del espacio de la sociedad al de las corporaciones de la televisión. Es un hecho real, que impactó y seguirá impactando la vida diaria de millones de mexicanos. Y ante ello nadie pudo hacer nada. En alguna medida los candidatos fuimos presa del contexto mediático”.

“Con el poder de los medios de comunicación concentrados en unas pocas manos, yo creo que van a seguir haciendo y deshaciendo figuras públicas de acuerdo con sus intereses, sean estos los propios de la libertad de prensa, los políticos, los monetarios o los ideológicos”<sup>104</sup>.

De la misma forma, el candidato de la Coalición por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador, fue víctima de una campaña sin precedentes de la televisión para desprestigiar su candidatura presidencial. Al respecto, López Obrador hace una crítica sobre el papel que desempeñó la televisión en la agenda del debate de los ciudadanos: “Cualquier análisis sobre el papel de los medios y la forma como me atacaron en los meses de abril y mayo (2006), demostraría que en la historia reciente no ha habido nada que se le parezca. En esos momentos, no sólo era “un peligro para México”, me parecía a “Hugo Chávez”, iba “a endeudar al país”, a expropiar bienes de la clases medias, a limitar que sólo tuvieran un departamento, un carro y dos hijos por familia, y otras mentiras más, sin olvidar que se difundían supuestos estudios psicológicos sobre mi persona, dónde aparecía como un desquiciado”<sup>105</sup>.

Este ejemplo es emblemático de la forma en que la televisión marco la agenda mediática de poner en el centro de debate electoral a un candidato que amenazaba la estabilidad del país; un candidato irresponsable que endeudaría al país y lo llevaría a una crisis económica similar a la de 1995. Esta campaña orquestada desde el PAN, de grupos empresariales, y del mismo gobierno<sup>106</sup>, tuvo impacto en las clases medias de la sociedad que fueron inducidas por esta campaña a no votar por López Obrador. En este escenario la prensa tuvo un

<sup>104</sup> Roberto Madrazo, *La Traición*, México, Planeta 2007 páginas 245 y 246

<sup>105</sup> Andrés Manuel López Obrador, *La Mafia nos robó la presidencia*, México, Grijalbo, 2007, pp, 310-311.

<sup>106</sup> El candidato del PRI, Roberto Madrazo, de acuerdo al encabezado principal de un diario aseguró que “Está en marcha, batalla legal contra elección de Estado”: Asegura que solo en abril la presidencia gasto 5 mil millones de pesos en sptos para levantar a Calderón. *La Jornada* 21/Mayo/2006.

papel marginal, pues el impacto mediático de la televisión fue, por mucho, mayor.

La hipótesis concluyente en esta investigación es que efectivamente en la elección presidencial de 2006, Vicente Fox utilizó el poder de su investidura para inclinar la balanza a favor del candidato panista, Felipe Calderón. Utilizó todo el poder a su alcance para impedir que un candidato diferente al de su partido llegara a la presidencia, rompiendo el principio de equidad y de Estado. Bajo esa estrategia, el gobierno de Fox cooptó a medios de comunicación influyentes, que en los últimos meses de la elección jugaron abiertamente a favor del abanderado panista. Incluso desde la presidencia misma se fraguó la campaña mediática de desprestigio contra López Obrador. El gobierno a través de concesiones al duopolio televisivo como la ley Televisa, desplegó una estrategia de medios que también permeó a varios diarios nacionales en la que convenció a sus dueños de marginar la campaña de Roberto Madrazo en los espacios informativos para que no tuviera posibilidad de meterse a la pelea por la presidencia de la República.

Los periódicos, además de ser la fuente básica de información de esta investigación, desempeñaron un papel en la contienda que está marcado no sólo por las políticas editoriales sino también por los intereses de sus dueños en la política y en la economía. En este entramado de intereses, la intervención del presidente Fox fue determinante para que Calderón lograra el triunfo. Su intervención fue tan descarada y abierta que la elección estuvo a punto de anularse, situación que pudo haberse concretado en caso de que López Obrador y Roberto Madrazo lo hubieran exigido.

## Cronología Periodística.

### 2004

**9 de Febrero:** La esposa del presidente Fox, Marta Sahagún se descarta para contender por la candidatura del PAN a la presidencia de la República.

**10 de Febrero:** El director de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, Diego Valadés, informó en una rueda de prensa que de acuerdo con el artículo 82 de la Constitución Mexicana, el presidente Vicente Fox debía renunciar a su investidura de jefe de Estado a más tardar el 2 de enero de 2006, en caso de que su esposa se postulará a la presidencia de la República.

**11 de Febrero:** En medio de la polémica por la intentona fallida de la esposa de Fox de postularse a la candidatura presidencial, los medios informativos comenzaron a difundir las postulaciones de las cónyuges de los gobernadores de Tlaxcala y Quintana Roo.

**12 de Febrero:** En respuesta a estos acontecimientos, el grupo parlamentario del partido Convergencia propone reformar el artículo 82 constitucional para impedir la postulación de parientes y cónyuges del presidente de la República.

**17 de Febrero:** Marta Sahagún declina ser consejera nacional del Partido Acción Nacional, y reitera que no tiene aspiraciones para la candidatura presidencial.

**18 de Febrero:** A los 84 años de edad muere el ex presidente de México, José López Portillo, quine gobernó al país entre 1976 y 1982. Nacionalizó la banca en 1982 y fue el último mandatario que condujo al país bajo un proyecto con una fuerte presencia del Estado en la economía.

**24 de Febrero:** La televisión difunde un video que involucra al presidente y senador del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), Jorge Emilio González Martínez, conocido como el “niño verde”, en un supuesto acto de tráfico de influencias de permisos.

**25 de Febrero:** La secretaría de Gobernación niega tener participación en el caso del Video del presidente del Verde Ecologista.

**1 de Marzo:** Una semana después del video del “niño verde”, y como preludeo al escándalo de corrupción en el gobierno de la Ciudad de México, la televisión difunde otro video en el que aparece el secretario de finanzas del DF, Gustavo Ponce, apostando una fuerte suma de dinero en una la VIP del hotel y Casino Bellagio en Las Vegas.

**3 de Marzo:** En el noticiero del Televisa “*El Mañanero*”, conducido por Victor Trujillo, quien personifica al payaso *Brozo*, el diputado federal panista, Federico Doring, presenta un video que muestra al entonces líder de la Asamblea del Distrito Federal, René Bejarano,

recibiendo una fuerte suma de dinero del empresario de origen argentino, Carlos Ahumada Kurtz.

**8 de marzo:** Cinco días después del video de Bejarano, se difunde otro en el que aparece el delegado del PRD en Tlalpan, Carlos Imaz, recibiendo una bolsa con “tres kilos de dinero”, también de manos de Ahumada.

**10 de marzo:** Luego de darse a conocer estos actos de corrupción que también involucraron a la administración anterior a la de López Obrador en el gobierno de Distrito Federal, el presidente del PRD, Leonel Godoy, pide la expulsión de Rosario Robles y Ramón Sosamontes del partido, renuncia que ambos aceptan.

*Milenio Diario* publica el editorial “La tesis del Complot” en el que señala que el senador Diego Fernández de Cevallos conoció los videos antes de ser difundidos, por lo que deduce que fue él quien los entregó a Doring para su difusión en Televisa.

La Procuraduría General de la República (PGR) informa que investiga a Carlos Ahumada y Gustavo Ponce por presunto lavado de dinero.

**11 de marzo:** Se oficializa la anunciada expulsión del PRD de Rosario Robles, Ramón Sosamontes y Carlos Imaz.

**14 de marzo:** Inicia guerra de declaraciones entre el jefe de Gobierno del DF, Andrés Manuel López Obrador, el secretario de Gobernación, Santiago Creel, y el procurador General de la República, Rafael Macedo de la Concha.

**15 de Marzo:** Elba Esther Gordillo solicita licencia como diputada federal, para protestar por las comisiones legislativas reorganizadas por el líder del PRI en la Cámara, Emilio Chauyffet.

**16 de Marzo:** Se divide la fracción priista en la Cámara de Diputados tras la pugna entre partidarios de Emilio Chauyffet y Elba Esther Gordillo por la recomposición de las comisiones legislativas de la Cámara de Diputados.

Andrés Manuel López prohíbe al senador Demetrio Sodi del PRD hacer declaraciones en los medios de comunicación sobre el partido.

**17 de Marzo:** *La Crónica* publica en ocho columnas que el diario estadounidense Wall Street Journal compara a Andrés Manuel con el presidente de Venezuela, Hugo Chávez.

**18 de Marzo:** El gobernador de Oaxaca, José Murat, sufre un atentado, el cual se produce en medio de sospechas de que fue planeado por el mismo mandatario estatal.

**22 de Marzo:** *Milenio Diario* publica una encuesta en la que coloca a los precandidatos presidenciales, Roberto Madrazo, Andrés Manuel López Obrador y Santiago Creel en empate técnico.

**23 de Marzo:** Iniciativa de Reforma Electoral enviada por el presidente Vicente Fox al Congreso.

**26 de Marzo:** El ex secretario de Relaciones Exteriores durante los primeros dos años del gobierno de Fox, Jorge Castañeda, anuncia su candidatura ciudadana a la presidencia de la República.

Durante los festejos al Obispo de Ecatepec, Onésimo Cepeda, Francisco Labastida Ochoa, ex candidato presidencial del Revolucionario Institucional, destapa al gobernador del Estado de México, Arturo Montiel como el mejor prospecto del PRI a la candidatura a la presidencia de la República.

**30 de Marzo:** Encuesta de *El Universal* muestra los efectos de los videoescándalos, que provocan la caída del 17 por ciento en la popularidad de López Obrador.

**22 de Abril:** En su columna política “Observatorio”, el periodista Antonio Garza Morales publica en *Excélsior* que Juan Ramón de la Fuente y Jorge Castañeda no tienen fuerza ni partido político para ser candidatos a la presidencia.

**26 de Abril:** El secretario de Energía, Felipe Calderón, envía una serie de propuestas al PAN para definir las reglas para la elección interna del candidato presidencial, las cuales son aceptadas por el comité ejecutivo blanquiazul.

**28 de abril:** *La Crónica* anuncia una posible alianza entre PRI-PRD para impulsar y aprobar la reforma electoral.

**30 de abril:** Las relaciones diplomáticas entre México y Cuba se deterioran aún más por el caso del empresario de origen argentino Carlos Ahumada.

**11 de Mayo:** El presidenta nacional del PRI, Roberto Madrazo, exhorta al presidente Fox para que llame a los partidos políticos a revisar la agenda nacional.

**14 de Mayo:** Inicia la disputa verbal entre el presidente Vicente Fox y el jefe de gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.

**30 de Mayo:** El gobernador de Jalisco, Francisco Ramírez Acuña, destapa al secretario de Energía, Felipe Calderón como candidato de Acción Nacional a la presidencia de la República.

**1º de junio:** Renuncia de Felipe Calderón Hinojosa a la Secretaría de Energía.

**2 de junio:** Vicente Fox pretende frenar a quienes lancen su candidatura presidencial

**4 de junio:** El rector de la Máxima Casa de Estudios, Juan Ramón de la Fuente, figura en diversas encuestas como potencial candidato a la Presidencia de la República.

**7 de junio:** El máximo jerarca de la Iglesia Católica en México, Norberto Rivera Carrera califica d normal el destape de los diversos actores políticos, y se pronuncia por reglamentarlos.

**9 de junio:** La Procuraduría General de la República (PGR) inicia la investigación contra López Obrador por el caso del predio El Encino, ubicado en Santa Fe, al poniente del Distrito Federal.

**16 de junio:** El presidente Fox envía al Congreso de la Unión la iniciativa de ley para que los mexicanos en el extranjero puedan votar en elecciones federales.

**18 de junio:** En respuesta al caso El Encino, López Obrador advierte a sus adversarios “que me ganen en las urnas” y no con denuncias penales.

**6 de julio:** El presidente Fox declara que Marta Sahagún no será candidata a la Presidencia de la República.

*Milenio Diario* difunde una encuesta sobre quien gobierna mejor: el jefe de gobierno del Distrito Federal, o el presidente. Fox 38 por ciento y López Obrador 42 por ciento.

**1º de Agosto:** Se celebran elecciones para gobernador en Oaxaca y Baja California, resultando ganadores los candidatos de los partidos gobernantes en esos estados.

**4 de agosto:** Encuesta presidencial de *Milenio Diario*, López Obrador 54 por ciento y Roberto Madrazo 29 por ciento.

**13 de agosto:** El Partido Revolucionario Institucional a través de su Comisión de Honor y Justicia expulsa de sus filas a Elba Esther Gordillo y Diódoro Carrasco.

**19 de agosto:** El PRD anuncia que el rector de la UNAM, Juan Ramón de la Fuente, no cumple con los requisitos del partido para ser candidatos a la presidencia de la República.

López Obrador recomienda no adelantar la sucesión presidencial luego de conocerse las inquietudes de varios personajes por lanzar su candidatura como fue el caso de Carlos Castañeda, Santiago Creel, Felipe Calderón, Marta Sahagún, Arturo Montiel y el mismo Juan Ramón de la Fuente.

**20 de agosto:** El subcomandante Marcos reaparece en los medios para difundir “La otra campaña”

El Partido del Trabajo (PT), no descarta postular a Juan Ramón de la Fuente para la candidatura presidencial de 2006.

**23 de agosto:** Juan Ramón de la Fuente aparece como invitado de honor de López Obrador durante la inauguración del primer tramo del segundo piso del periférico. En ese evento reitera que no tiene interés en competir por la candidatura del PRD u otro partido a la presidencia de la República.

**5 de septiembre:** Se realizan elecciones en Veracruz, en las que gana con un estrecho margen, el candidato del PRI, Fidel Herrera Beltrán.

**17 de septiembre:** El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación valida la candidatura para gobernadora de Tlaxcala de la esposa del mandatario estatal.

**22 de septiembre:** Tras este fallo, la esposa del gobernador de Nayarit, María Elena García de Echeverría, reitera su intención de postularse por el PAN a la gubernatura de su estado.

**11 de octubre:** Andrés Manuel López Obrador presenta su libro *Un proyecto Alternativo de Nación*, en el que traza sus líneas de pensamiento sobre lo que será su propuesta de campaña.

**28 de octubre:** Difunde Milenio un encuesta presidencial de María de las Heras en la que se desprenden los siguientes resultados: López Obrador 32%, Roberto Madrazo 27% y Santiago Creel 21 %.

**18 de noviembre:** El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación reconoce los triunfos electorales para gobernador en Oaxaca y Veracruz, así como en la alcaldía de Tijuana; Ulises Ruiz Ortiz, Fidel Herrera Beltrán y Carlos Hank, respectivamente.

**26 de noviembre:** En entrevista radiofónica para Grupo Imagen publicada en *Excélsior*, el presidente Fox declara que no le frustraría el retorno del PRI a Los Pinos.

**9 de diciembre:** Durante el homenaje a Ignacio García Téllez, en la Facultad de Derecho de la UNAM, Cuauhtémoc Cárdenas, pide a Andrés Manuel López Obrador que renuncie si se encuentra en campaña.

## 2005

**13 de enero:** Manuel Camacho Solís anuncia un “plan B” para sustituir a Andrés Manuel López Obrador en la candidatura presidencial, en caso de que el Congreso decida quitarle el fuero por el caso de “El Encino”.

**14 de enero:** El PRI anuncia la postulación de la candidatura de Enrique Peña Nieto para la gubernatura del Estado de México, en alianza con el Partido Verde para las elecciones del 3 de julio.

**18 de enero:** El diario *Reforma* publica una encuesta sobre el desafuero a López Obrador: 49 % lo apoya la destitución y 31% la reprueba.

Roberto Madrazo concede una entrevista al noticiero de Adela Micha de Televisa, en el que se pronuncia contra el desafuero de López Obrador, y señala que “hay que ganarle en las urnas, no en la Cámara”.

**21 de enero:** El Tribunal Electoral del Poder Judicial deja sin candidato a gobernador por el Estado de México al partido en el gobierno Acción Nacional.

**1 de Febrero:** Francisco Barrio y Santiago Creel, ambos del gabinete presidencial, dan a conocer sus aspiraciones para obtener la candidatura presidencial del PAN.

**2 de Febrero:** Los senadores del PRI se pronuncian por la candidatura de Enrique Jackson a la presidencia de la República.

El diario *El Universal* publica declaraciones de Rosario Robles señalando que “Cárdenas debe ser presidente, no AMLO”.

**3 de febrero:** Cuauhtémoc Cárdenas aseguró que conseguiría la candidatura del PRD, pues las propuestas de López Obrador son insuficientes y plantean una “actitud aislacionista respecto a México con el exterior”.

**9 de febrero:** Aparece una encuesta de *Reforma* sobre la elección interna del candidato del PRI a la presidencia de la República: Roberto Madrazo 39%, Arturo Montiel 16%, Miguel Alemán 10% y Enrique Jackson 7%.

En gira presidencial por España, Vicente Fox se reúne con empresarios de ese país a los que garantiza estabilidad política y económica en 2006 “gane quien gane”.

**10 de febrero:** Encuesta de *Reforma* sobre el candidato del PAN: Santiago Creel 51%, Felipe Calderón 12 % y Alberto Cárdena 10%.

**11 de febrero:** Encuesta de *Reforma* sobre la candidatura presidencial en el PRD: López Obrador 89 % y Cuauhtémoc Cárdenas 8%.

**15 de febrero:** En entrevista exclusiva concedida para *El Universal*, el presidente Vicente Fox asegura que “No impondré a nadie en 2006”.

**17 de febrero:** El presidente de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, José Luis Soberanes, señala que es improcedente el desafuero de López Obrador

**20 de febrero:** Manifestaciones y movilizaciones ciudadanas en contra del desafuero y en apoyo a López Obrador.

**21 de febrero:** El rector de la UNAM, Juan Ramón de la Fuente declaró que una parte considerable de los abundantes gastos que destina el Estado a las campañas electorales deberían emplearse en la ciencia, tecnología y educación.

**24 de febrero:** Aparece una encuesta en *Milenio* de María de las Heras en la que “Sin AMLO en la boleta, Madrazo gana de calle”. Madrazo 45% y Santiago Creel 35 % de preferencias.

**25 de febrero:** *Milenio Diario*: “El PAN con Creel, PRI con Madrazo y PRD con AMLO”. Son los candidatos preferidos y dejan muy atrás a sus competidores Calderón, Montiel y Cárdenas.

**28 de febrero:** *Reforma* difunde su encuesta: “Empatan Creel y Madrazo” con el 25 % cada uno de las preferencias electorales. López Obrador arriba de ambos, con el 34% de preferencias. En un lejano cuarto lugar aparece Jorge Castañeda con el 3 %.

**1º de Marzo:** El PRI se pronuncia porque Elba Esther Gordillo no dirija al Partido en caso de que Roberto Madrazo renuncie para competir por la candidatura de su partido a la presidencia de la República.

**2 de Marzo:** Reaparece el subcomandante Marcos en los titulares de *Milenio* y *La Jornada*.

**3 de Marzo:** El Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) apoya a López Obrador en contra del desafuero, sin dejar de tener una posición crítica al PRD.

**7 de marzo:** El secretario de Hacienda, Francisco Gil Díaz en alusión a López Obrador declara que “es viable en México un gobierno de izquierda moderada”.

*El Universal* publica su encuesta presidencial, en la que por partido gana el PRI con 28%, PRD 24% y PAN 23%. Por candidato: López Obrador 35%, Madrazo 27% y Creel 26%.

**8 de abril:** Andrés Manuel López Obrador anuncia que dejará de ejercer las funciones de jefe de gobierno del Distrito Federal para prepara su defensa contra su desafuero y convoca a un mitin de protesta en el Zocalo de la Ciudad de México para el 24 de Abril.

**7 de Abril:** La votación en la Cámara de Diputados se inclina por el desafuero de Andrés Manuel López Obrador. La votación resultó así: 360 votos a favor (del PRI y del PAN), 127 en contra (PRD, Convergencia, PT y algunos diputados del PRI) y dos abstenciones.

**24 de abril:** Movilización ciudadana en la Ciudad de México en contra de desafuero contra López Obrador. A partir de entonces López Obrador comenzó una campaña que denominó de "resistencia civil" contra su posible marginación de la elección presidencial. Declaró que el asunto se trataba de una estrategia del gobierno federal para bloquear su candidatura.

**25 de abril:** La empresa encuestadora Consulta Mitofsky publica un sonde de opinión en el que el 79% de los encuestados a nivel nacional está en contra del desafuero a López Obrador.

**27 de abril:** El presidente Fox ordena la renuncia del Procurado General de la República, general Rafael Macedo de la Concha, víctima de la derrota política del gobierno en el desafuero.

**20 de junio:** El presidente Fox nombra a Cuauhtémoc Cárdenas responsable de organizar los festejos por el bicentenario y centenario del movimiento de independencia y la Revolución Mexicana, respectivamente.

**31 de julio:** Andrés Manuel López Obrador pide licencia para separarse del cargo de jefe de gobierno del Distrito Federal para poder contender por la Presidencia de la República.

**29 de agosto:** Andrés Manuel López Obrador encabeza la movilización contra su desafuero impulsado por el ejecutivo. Convoca a más de 150 mil personas que revesan el Zócalo capitalino.

**23 de octubre:** Felipe Calderón obtiene la postulación de Acción Nacional como candidato a la presidencia.

**10 de diciembre:** Andrés Manuel López Obrador toma protesta como candidato de la Coalición por el Bien de Todos conformada por el Partido de la Revolución Democrática, Partido del Trabajo y Convergencia por la Democracia.

## 2006

**1º de enero:** El subcomandante Marcos inicia “La otra Campaña” por diversos estado del país.

**8 de enero:** Andrés Manuel se registra en el Instituto Federal Electoral (IFE) como candidato presidencial por la Coalición Por el Bien de Todos. Eligen por unanimidad a Roberto Campa Cifrián candidato presidencial por el Partido de la Alianza Nacional (PANAL).

**12 de enero:** Felipe Calderón solicita registro al IFE como candidato presidencial por el PAN.

**13 de enero:** Disputa al interior del partido Alternativa Socialdemócrata por la candidatura presidencial entre Patricia Mercado y Victor González Torres conocido como el “Doctor Simi”.

**16 de enero:** Roberto Madrazo se registra ante el IFE como candidato a la presidencia de la República por el PRI y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) bajo el nombre de Alianza por México.

**19 de enero:** Las encuestas le otorgan a López Obrador una ventaja de hasta 20 puntos respecto a Roberto Madrazo y Felipe Calderón.

López Obrado arranca su campaña en Metlatonoc, Guerrero, considerado por el INEGI como el municipio más pobre de México.

Felipe Calderón inicia su campa en Iztapalapa y en el Estado de México.

Roberto Madrazo arranca en Ecatepec, Estado de México, el municipio más poblado del país y en poder del PRI.

El secretario de Relaciones Exteriores, Luis Ernesto Derbez solicita a los candidatos no tocar el tema migratorio, argumentando que puede “contaminar” las pláticas con el gobierno de Estados Unidos.

**20 de enero:** Felipe Calderón guarda distancia del caso de corrupción de los hijos de Marta Sahagún y declara “mis manos están limpias”.

**22 de enero:** Los directivos de Banamex declaran que López Obrador es el candidato con mayores posibilidades de triunfo.

El PRI de Nuevo León se declara leal a Roberto Madrazo

Calderón es recibido en San Luis Potosí por un público poco numeroso. En Aguas Calientes visita al arzobispo en ese estado, Luis Morales.

En Bolivia, Evo Morales toma posesión de la presidencia por un periodo de cinco años.

**2 de febrero:** López Obrador denunció en Jalapa, Veracruz, a la coordinadora de campaña de Calderón y ex secretaria de Desarrollo Social, Josefina Vaézquez Mota, por manipular información para favorecer al abanderado panista.

Roberto Madrazo deja en claro que “nadie me releva” como candidato a la presidencia del PRI, debido a la división interna en su partido.

**15 de febrero** Acusaciones de la periodista Lydia Cacho al gobernador de Puebla, Mario Marín Torres.

**19 de febrero:** Explosión en la mina Pasta de Conchos, Coahuila. Se reporta la desaparición de 65 mineros. El 25 del mismo mes se suspenden las labores de rescate de los mineros.

**22 de febrero:** El ex presidente del gobierno español, José María Aznar realiza una visita a México, en la que hace declaraciones a favor de Felipe Calderón, violando la constitución al intervenir en asuntos políticos internos. La Secretaría de Gobernación manda una misiva a España.

**5 de marzo:** En Toluca, Estado de México, Roberto Madrazo se deslinda de Arturo Montiel y del caso del Gobernador de Puebla, quien es señalado por la periodista Cacho de estar involucrado en una red de protección a empresarios vinculados con el abuso sexual a menores.

Felipe Calderón destituye a Francisco Ortiz como responsable de la mercadotecnia y publicidad de su campaña electoral.

**10 de marzo:** En Chile la socialista Michel Bachelet toma posesión como jefa de estado y se anuncia que se entrevistará con el presidente Boliviana, Evo Morales.

**11 de marzo:** El ex presidente Carlos Salinas de Gortari declara que América Latina corre peligro se triunfa López Obrador en las elecciones presidenciales.

**19 de marzo:** El grupo político del ex secretario de Gobernación de Fox, Santiago Creel acapara los espacios para las candidaturas plurinominales en el senado.

**21 de marzo:** El Bicentenario del natalicio de Benito Juárez sirve de pretexto para encausar las campañas presidenciales.

**27 de marzo:** En las dos principales televisoras del país se difunde un spot que bajo el slogan “López Obrador es un peligro para la nación”, se le compara con el presidente de Venezuela, Hugo Chávez.

**30 de marzo:** En pleno proceso electoral el Senado de la República aprueba la ley de medios, bautizada como ley Televisa,

**4 de abril:** La Suprema Corte de Justicia señala que el presidente Fox debe abstenerse de hacer declaraciones sobre la contienda electoral.

**9 de abril:** López Obrador denuncia que Banamex apoya la candidatura de Felipe Calderón.

**10 de abril:** El PAN emprende una campaña negativa contra la escritora y periodista Elena Poniatowska.

**11 de abril:** López Obrador acusa al ex presidente Carlos Salinas de Gortari y a la empresa Televisa de orquestar el complot en su contra.

**13 de abril:** El IFE ordena al PAN retire su campaña de publicidad en medios que ataca a López Obrador.

**21 de abril:** Por órdenes del gobierno federal, la Policía Federal Preventiva rompe la huelga de la Siderúrgica Lázaro Cárdenas-Las Truchas, en Michioacán.

**26 de abril:** Primer debate entre los candidatos a la Presidencia de la República con la ausencia del Andrés Manuel López Obrador.

**4 de mayo:** Enfrentamientos entre la Policía Federal Preventiva, al Policía del Estado de México contra los habitantes de San Salvador Atenco.

**20 de mayo:** Roberto Madrazo declara que sería posible establecer una alianza con el PRD, sí la Presidencia de la República continúa interviniendo en el proceso electoral en abierto

apoyo a Felipe Calderón. La alianza, asegura Madrazo, es para evitar una elección de Estado.

Madrazo.

**8 de junio:** El diario *La Jornada* publica el caso Hildebrando SA de CV.

**13 de junio:** Los presidente de los partidos políticos firman el Acuerdo Democrático por la Equidad, la Legalidad y la Gobernabilidad en las instalaciones IFE.

**26 de junio:** Cierre de campaña de Felipe Calderón en el estadio Azteca.

López Obrador denuncia que el riesgo de fraude electoral está presente.

**27 de junio:** Cierre de campaña de Roberto Madrazo en el Monumento a la Revolución

**28 de junio:** Cierre de Campaña de Andrés Manuel López Obrador en el Zócalo de la Ciudad de México.

**2 de julio:** Elecciones Federales.

**4 de julio:** El Programa de Resultados Preliminares le da una ligera ventaja a Felipe Calderón de 0.64% respecto a López Obrador.

**5 de julio:** Inicia el conteo oficial de actas de los 300 Consejos Distritales del IFE.

**6 de julio:** El conteo rápido de votos realizado por el Programa de Resultados Preliminares del Instituto Federal Electoral, en voz de su presidente, Luis Carlos Ugalde, declara ganador de la contienda a Felipe Calderón.

**7 de julio:** Seguidores de AMLO inician una huelga de hambre a las afueras del TEPJF para exigir la apertura de los paquetes electorales y solicitan que se cuente voto por voto.

**9 de junio:** Inicia el recuento de las casillas impugnadas por la Coalición Por el Bien de Todos.

**5 de agosto:** El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación rechaza la petición de la Coalición Por el Bien de Todos de realizar un nuevo escrutinio y cómputo de la totalidad de votos. Únicamente determinó la apertura y recuento de votos en aquellas casillas cuyas actas presentaron inconsistencias.

**5 de septiembre:** El TEPJF declara válida la elección y presidente electo a Felipe Calderón Hinojosa.

**20 de Noviembre:** AMLO denuncia que la elección fue un fraude y se autoproclama “presidente legítimo” ante la presencia de sus seguidores en el Zócalo capitalino.

**Bibliografía:**

Alsina, Rodrigo Miguel, *La Construcción de la Noticia*, Editorial Paidós, Barcelona 1980.

Arreola, Federico *Las Razones del Descontento*, Editorial Aguilar, México 2006

Camacho, Oscar y Alejandro Almazán, *La Victoria que no fue*, Editorial Grijalbo. México, 2006.

Camarena Salvador y Jorge Zepeda, *El presidente Electo: Instructivo para Sobrevivir a Calderón y su Gobierno*, Editorial Planeta, México, 2006.

Fernández Menéndez Jorge, *Calderón Presidente*, Editorial Grijalbo-Mondadori México, 2006.

García Calderón Carola (coord.), *El Comportamiento de los Medios de Comunicación. Elección 2006*. Editorial Plaza y Valdés y UNAM. México, 2007

González Marín Silvia, *Prensa y Poder. La sucesión presidencia de 1940 en la prensa mexicana*. Editorial Siglo XXI. México, 2006.

González Reyna Susana, *Construcción del discurso Periodístico*, Tesis de Maestría en Ciencias de la Comunicación. FCPyS, UNAM. 1991

Lajous Alejandra, *Confrontación de agravios: la post elección de 2006*. Editoril Océano. México, 2006.

López Obrador, Andrés Manuel, *La Mafía Nos Robo la Presidencia*. Editorial Grijalbo. México, 2007.

McCombs Maxwell, *Estableciendo La Agenda*. Ed Paidós. Barcelona, España, 2004.

Madrazo Roberto *La Traición. Conversación con Manuel S. Garrido*. México, Planeta. México, 2007.

Marín Carlos, *Manual de Periodismo* Editorial Grijalbo. México, 2005.

Monreal Ricardo, *El Fraude que no se vio*, (edición del autor). México, 2006.

Muñoz Ledo, Porfirio (Coord.), *Comisión de Estudios para la Reforma del Estado. Conclusiones y Propuestas*. México, Universidad Nacional Autónoma de México 2001.

Socorro Díaz Palacio, *Reporte 2006. El Desquite*. Tinta Editorial. México, 2006.

Tello Díaz Carlos, *2 de Julio*, Editorial Planeta. México 2006.

Villamil Jenaro y Julio Scherer Ibarra. *La Guerra Sucia de 2006. Los Medios y los Jueces*. Editorial Grijalbo-Mondadori. México, 2007.

Wolf Mauro. *La Investigación de la Comunicación de Masas. Crítica y perspectiva*. Ed. Paidós. México 1997.

## **Hemerografía**

### I. Periódicos:

*La Crónica*

*Dallas Morning News*

*Excélsior*

*El Financiero*

*El Universal*

*La Jornada*

*Milenio Diario*

*Reforma*

### II. Periódicos en Línea

[www.cronica.com.mx](http://www.cronica.com.mx)

[www.excelsior.com.mx](http://www.excelsior.com.mx)

[www.eluniversal.com.mx](http://www.eluniversal.com.mx)

[www.financiero.com.mx](http://www.financiero.com.mx)

[www.jornada.unam.mx](http://www.jornada.unam.mx)

[www.milenio.com](http://www.milenio.com)

[www.reforma.com](http://www.reforma.com)

### III. Revistas

*Etcétera*

*Milenio Semana*

*Letras Libres*

*Proceso*