



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLAS DE HIDALGO

FACULTAD DE HISTORIA

**En el nombre de la democracia: los medios de
comunicación y el IFE durante el sexenio foxista,
2000-2006**

TESINA

PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN HISTORIA

PRESENTA:

EDUARDO ROBLEDO GUILLEN

ASESOR:

MIGUEL ANGEL GUTIERREZ LOPEZ

Morelia, Michoacán a junio de 2023.

Índice

Resumen	4
Abstract	5
Siglarlo	6
Introducción	7
Capítulo I: La “transición” política en México, 1994-2000	15
El sexenio zedillista, 1994-2000	15
La campaña presidencial rumbo al 2000	17
Las elecciones presidenciales del 2000	24
Capítulo II: El IFE y los medios de comunicación en el sexenio foxista, 2000-2006	27
El IFE y los medios de comunicación en el 2000	27
Los medios de comunicación y el IFE durante el sexenio foxista	34
El IFE durante el sexenio foxista	35
Los medios de comunicación durante el sexenio foxista	43
Capítulo III: La campaña presidencial, 2005-2006	49
Rumbo a las elecciones presidenciales en México, 2006	49
La “campaña de los <i>spots</i> ” y los medios de comunicación. La carrera rumbo al 2006	51
El Papel del IFE en el 2006	56
Conclusiones	60

Fuentes	65
Bibliografía	65
Hemerografía	65
Fuentes electrónicas	68

En el nombre de la democracia: los medios de comunicación y el IFE durante el sexenio foxista, 2000-2006

Resumen

El objetivo principal de la investigación fue describir los cambios que tuvieron los medios de comunicación y su impacto en la democracia mexicana a inicios del nuevo milenio. Para ello se recurrió a la investigación documental disponible para poder plasmar en la investigación el despertar y la libertad que los medios tradicionales tuvieron para dar un vuelco al ejercicio democrático en la nación, además de los cambios que enfrentó el IFE en el ejercicio de las campañas mediáticas y las acciones de los candidatos presidenciales. Todo ello con el objetivo de visualizar la forma en la que cambió la manera de conducirse políticamente ante una sociedad mexicana que parecía estar cansada de la misma propuesta de campañas con tono sobrio y promesas de atril. La llegada de Vicente Fox y su irreverente forma de acercarse a la población en el proselitismo cambió de forma radical el concepto de una campaña presidencial en México. Los medios aprovecharon la polémica y el morbo que las declaraciones y provocaciones trajeron en aquel año 2000. La democracia también podía hacerse con las polémicas. De acuerdo con la investigación se concluye que, en México, a raíz de la campaña presidencial del nuevo milenio, los medios de comunicación y su influencia se cimentaron como el cuarto poder, la llamada mediocracia. También se establece que la institución rectora de los procesos electorales, el IFE no estaba preparada para el impacto de los medios ni su regulación. De igual manera, se pudo ver que el gobierno en el periodo 2000-2006 aprovechó los espacios en los medios para sacar toda ventaja posible y obtener con ello una contundente victoria electoral en 2006.

Palabras clave: mediocracia, ejercicio democrático, proselitismo, campañas políticas, spots.

In the name of democracy: the media and the IFE during the Fox administration, 2000-2006

Abstract

The main objective of the research was to describe the changes that the media had and their impact on Mexican democracy at the beginning of the new millennium. For this, the available documentary research was used to be able to capture in the investigation the awakening and the freedom that the traditional media had to turn around the democratic exercise in the nation, in addition to the changes that the IFE faced in the exercise of the campaigns. media coverage and the actions of the presidential candidates. All this with the aim of visualizing the way in which the way of conducting oneself politically changed in the face of a Mexican society that seemed to be tired of the same campaign proposal with a sober tone and lectern promises. The arrival of Vicente Fox and his irreverent way of approaching the population in proselytizing radically changed the concept of a presidential campaign in Mexico. The media took advantage of the controversy and the morbidity that the statements and provocations brought about in that year 2000. Democracy could also take control of the controversies. According to the investigation, it is concluded that, in Mexico, as a result of the presidential campaign of the new millennium, the media and its influence were cemented as the fourth power, the so-called mediocracy. It is also established that the governing institution of electoral processes, the IFE, was not prepared for the impact of the media or its regulation. In the same way, it was possible to see that the government in the period 2000-2006 took advantage of the spaces in the media to take every possible advantage and thereby obtain a resounding electoral victory in 2006.

Keywords: mediocracy, democratic exercise, proselytism, political campaigns, spots.

Siglarlo

AMLO	Andrés Manuel López Obrador
EU	Estados Unidos
FOBAPROA	Fondo Bancario de Protección al Ahorro
IFE	Instituto Federal Electoral
INE	Instituto Nacional Electoral
IVA	Impuesto al Valor Agregado
PAN	Partido Acción Nacional
PEMEX	Petróleos Mexicanos
PRD	Partido de la Revolución Democrática
PRI	Partido Revolucionario Institucional
PVEM	Partido Verde Ecologista de México
TLCAN	Tratado de Libre Comercio del Atlántico Norte

Introducción

¿Por qué estudiar la práctica de la democracia mexicana de hoy? Antes que nada, debo recordar que con esta tesina no se buscó establecer el significado de “democracia” ya que ésta en sí tiene un sentido que ha cambiado con el tiempo. Si bien es cierto que tiene rasgos comunes, finalmente los expertos no son capaces de definir de manera unánime este concepto, dadas sus transformaciones con el paso del tiempo.

Ahora, como el título de la investigación lo indica, esta no es una historia tradicional, más bien se sitúa dentro de la llamada historia contemporánea. La importancia del tema radica en que la práctica democrática en nuestro país ha dado de qué hablar desde el llamado “cambio” o “alternancia” en el poder del año 2000. Dicho cambio lejos de traer tranquilidad al pueblo mexicano ha transformado la visión de este para con sus gobernantes; si bien es cierto que esta tendencia ya era clara en el sexenio de Ernesto Zedillo, se reafirmó dentro del sexenio foxista.

En el México de hoy la búsqueda de una “auténtica democracia” ha llevado a los ciudadanos a transitar diversas vías para alcanzar el objetivo. El órgano electoral regente, el IFE (pronto esta responsabilidad recaerá en el INE), ha hecho lo posible por mantener la premisa de elecciones limpias; pero comprendamos que la democracia tiene diversos estratos, pues estaríamos encerrando a ésta en sólo lo electoral. La democracia es una práctica que se realiza muchas veces en los hogares sin que sus miembros se den cuenta, ya que muchas veces hermanos, padres y demás escuchan sus opiniones y dan su punto de vista, ya sea a favor o en contra de decisiones de otros miembros. La práctica de la democracia, a su

vez, se aprende dentro de las instituciones educativas como una forma para ejercer un derecho que, como ciudadanos, tendremos una vez cumplidos los 18 años. En su acepción más conocida, que es la electoral, vemos las estratagemas de los partidos políticos que buscan obtener el voto del ciudadano para consolidar sus ambiciones en el poder. Los ciudadanos cada vez más críticos han dejado de ejercer ese derecho, quizás argumentando que no servirá de nada. Sin embargo, esta democracia, este ejercicio, no se detiene. Hemos visto que en nuestro país una elección cuesta mucho dinero, cosas que la sociedad no ve con buenos ojos. El IFE a pesar de tener unas bases ideológicas loables ha caído últimamente en una tendencia que contradice sus fines, al imponer ciertas limitaciones con respecto a la democracia; mismas que fueron aprovechadas por los medios de comunicación para una autentica quema de brujas contra el propio Instituto. Esta práctica democrática tan parcial, ¿tiene sentido en el México que vivimos?

La incesante búsqueda de un poder justo y equitativo que favorezca los intereses del pueblo sigue siendo una constante de la población. Por eso, aun hoy la práctica de la democracia es una necesidad de estudio, pues admito que es intrigante averiguar qué tanto espera la población de sus instituciones políticas, así como de aquella que es responsable del establecimiento de condiciones para dicha práctica. A esto se añade el papel parcial y *pendenciero* de los medios de comunicación que rara vez permanecen neutrales.

La presente tesina no deja de ser válida como investigación histórica por el hecho de abordar nuestro pasado inmediato, ya que esta es una historia vivida por nosotros y nuestros contemporáneos, quienes presenciamos y practicamos dicha democracia. Por lo tanto, es un hecho de un alto valor para las próximas

generaciones de mexicanos quienes tarde o temprano deberán aprender de los errores cometidos en la actualidad y no sólo de los errores de aquellas lejanas fechas de siglos anteriores. Esto con el fin de demostrar que nuestra historia también cuenta para la explicación del futuro para nuestro país.

Durante la década final del siglo XX en México el proceso democrático dio varios vuelcos interesantes. Esto propiciado por la cuestionable elección sucedida en 1988 y, posteriormente, por el asesinato de varios políticos, los cuales tenían a la población con el añorado anhelo de un México más justo. A esto se sumó la cada vez más creciente independencia de los medios de comunicación del control estatal.

Para el decisivo año de 1994 la credibilidad, ya deteriorada, del partido en el poder (PRI) se vio menguada por el hecho de que la administración del anterior presidente de la República, Carlos Salinas de Gortari, a quien la población tiene estigmatizado como alguien indeseable, dejó al país afectado por una grave crisis económica. La inestabilidad social y la aparición de movimientos como el EZLN, que buscaban para el momento una justicia social hacia el sector indígena chiapaneco, se volvieron evidentes.

La institucionalización de los procesos electorales con la creación del IFE para los comicios de 1994 dio al ciudadano el poder de controlar la práctica democrática, aunque fuera de manera limitada, pues aún en ese momento hablamos de un instituto no autónomo. Durante la presidencia de Ernesto Zedillo, México vería el trazo de un camino a la alternancia; por primera vez el partido tricolor no tenía la mayoría en el Congreso con lo cual no podría incidir arbitraria y unilateralmente en la toma de decisiones. El poder del presidente fue limitado a su

función ejecutiva; al no tener control del Congreso tuvo que ceder en algunas posiciones que muchos gobernantes antes de él jamás habrían pensado.

En el aspecto social la cosa estaba un poco precaria debido al alza del dólar. La firma del TLC y la crisis económica que sucedió a su firma motivarían el cuestionamiento de la sociedad sobre si el PRI debiera seguir gobernando. Además, creció la influencia de los medios de comunicación, los cuales poco a poco perdían aquella tradicional mordaza que les caracterizó en los 70 años de gobierno del PRI. La decadencia del partido “oficial” ya se veía desde el sospechoso proceso electoral de 1988, lo cual generó dudas sobre la legitimidad del poder y comenzó a sembrar la semilla de la desconfianza sobre el Gobierno de la República.

Con este singular hecho se dio el primer paso para lo que en el año 2000 culminaría con la llegada de Vicente Fox a la Presidencia de la República y con ello el ascenso del PAN al poder. El magnicidio del candidato oficial a la Presidencia de la República, Luis Donald Colosio y la aparición del EZLN dieron a los mexicanos la excusa para cambiar de partido en el poder, desencadenando un afán casi patriótico por la democracia que fue bandera de la campaña foxista de 1999, donde la alternancia en el poder fue uno de los planteamientos centrales.

Rumbo a las elecciones del 2000 el cambio táctico para ganar el voto del mexicano sufrió una transformación, ya que se comenzó a incluir en las campañas una “táctica agresiva”, que en el caso de Fox fue un desafío directo en contra del candidato del PRI, Francisco Labastida, a quien llegó a denostar con calificativos como: “chaparro”, “mandilón”, “la vestida”. Esto con afán quizás de ganar la simpatía del pueblo, quien hasta ese momento no había experimentado un uso de

la política como ese. Como era de esperarse, Labastida respondió a Fox convirtiendo a la campaña electoral en una de las más peculiares. Los medios de comunicación aprovecharon al máximo y publicitaron este hecho. Bajo el clamor foxista con su frase “hoy” o la más tradicional “ya ganamos”, se creó la idea de una persona franca y directa del tipo que quizás en ese momento la población necesitaba.

La estrategia planteada por Vicente Fox para su campaña se basó en difundir una imagen negativa de un candidato que pudo representar su mayor obstáculo, en el cuestionamiento de un régimen partidista que no hizo mucho por el pueblo e incluso lo llevó a una grave crisis. Esta táctica lo llevó a ganar la Presidencia de la República y a consolidar una transición en favor de un partido que buscaría convertirse en el nuevo partido hegemónico mexicano.

Esta investigación se planteó como objetivo establecer cuál fue la función de los medios de comunicación en el desarrollo de la práctica democrática en México, en el periodo 2000-2006. Asimismo, se buscó conocer el tipo o grado de relaciones que se establecieron entre el IFE y los medios de comunicación en el periodo 2000-2006.

Como guía para realizar la investigación, la tesina partió del supuesto de que los medios de comunicación masiva (televisión, radio y publicaciones periódicas) y el IFE asumieron un papel protagónico en la discusión y difusión de un proyecto político que enarbolaba como elemento esencial la democratización de la sociedad mexicana. El asenso del PAN al Gobierno de la República y la participación en éste de nuevos actores políticos fueron elementos que modificaron las relaciones entre ambas partes. Sin embargo, este cambio sólo

significó un reacomodo de intereses, ya que los medios de comunicación mantuvieron una relación estrecha con el poder. Durante el periodo 2000-2006 las relaciones entre el IFE y los principales medios de comunicación fueron estrechas y de relativa cooperación debido a que compartieron un proyecto político común.

En cuanto a su planteamiento, la presente investigación se ubica como un estudio de la historia política; esto último dentro de su panorama más contemporáneo. El término básico manejado sin duda alguna es democracia, ya que es esta la que propicia la práctica y elección de los gobernantes por medio del sufragio; aunque también envuelve opiniones, que en conjunto son los motores que mueven el gran engranaje de la práctica democrática. Todo esto en la llamada lucha por el *poder*, término que emplearemos como aquel objeto que los contendientes a gobernantes aspiran obtener.

La investigación buscó entender la práctica de la democracia mexicana como un medio detonante de la crítica social actual, ya que es gracias a esto que podemos darnos cuenta de que en muchos casos esa es su aparente realidad. A esto se le suma la influencia mediática, esta es aquella presión que ejercen los medios de comunicación masiva para ejercer una opinión en la sociedad que dista mucho de ser objetiva; todo con el fin de favorecer a algunos de los aspirantes o a algún partido político. Para ello deberemos comprender en primera instancia lo que los partidos políticos buscan con su participación en los comicios, eso es sin duda alguna conseguir el “poder”, la justificación de obtenerlo es a base de un proceso democrático muy practicado en el mundo llamado elecciones, estas serán organizadas por el Instituto Federal Electoral, que es la institución encargada de dar forma y sentido a un proceso justo y democrático en México. Pero, qué tanto,

nos preguntamos, puede garantizar el Instituto unas elecciones “limpias y transparentes” a sabiendas de que el mismo organismo tiene que obedecer ciertos lineamientos y que en ocasiones, aunque de manera disimulada, ha mostrado preferencias hacia uno u otro candidato; esto sin contar la presión que el cuarto poder, es decir, los medios de comunicación, ejerce sobre el IFE.

Los medios, por sí mismos, dentro de la presente investigación mostraron un cambio significativo en su interacción con la población y los comicios, y por tanto en relación con la democracia mexicana, que, a decir de muchos intelectuales, se ha convertido en un verdadero “circo” de opiniones. Dada la influencia de los medios, la “guerra sucia” entre los mismos contendientes ha convertido una campaña en una charla de lavadero sobre si aquel hizo o no hizo algo, una guerra de descalificaciones que rozan en lo absurdo de lo que es la concepción de política del mundo. La intromisión de intereses y el abuso en el uso de los medios por parte de los candidatos y la desmedida participación de aquéllos han hecho posible una situación única en México. A partir del año 2000 inició una etapa de *mediocracia* claramente perceptible en la actualidad.

Por su naturaleza y el periodo de análisis para la realización de la presente investigación se requirieron revistas digitalizadas con temáticas relacionadas al objeto de estudio. Esto debido a la actualidad de los temas manejados en esta tesina. Entre las fuentes revisadas la más consultada fue la revista *El Cotidiano*, que pertenece a la Universidad Autónoma Metropolitana, la cual fue muy útil ya que ofreció el enfoque más parecido al buscado para la investigación, en todo lo relacionado a los medios y la democracia en México que son parte de los elementos centrales de este estudio.

La estructura de esta investigación fue diseñada para dividirse en tres partes o capítulos, por ser la opción más adecuada para mis propósitos. El primer capítulo tiene un contenido de contexto histórico, desde los antecedentes del “cambio” en la presidencia de Ernesto Zedillo, el camino electoral de las campañas de 2000 y la posterior elección dada el 2 de julio de 2000. Aquí daremos un breve panorama de cómo se fue entretejiendo el triunfo electoral de Vicente Fox.

El capítulo segundo trata de los medios de comunicación y el IFE durante el sexenio foxista. Aquí trataremos la temática del aumento de la presencia de los medios en la vida política nacional, además de los aciertos y reveses que sufrió este instituto durante este primer sexenio panista, así como de la influencia que los medios hacen en el grueso de la población y cómo su presencia sería determinante hacia la elección de 2006. Además, se buscó poner en evidencia que en México el *nuevo* tipo de política es aquel que busca descalificar lo más posible al adversario antes de las elecciones.

El tercer capítulo trata sobre los medios y el IFE, ya rumbo a las elecciones de 2006. En esta parte se buscó conocer qué tanto habían cambiado y qué errores pudieron cometer. Aquí se tratarán las campañas de Felipe Calderón y AMLO, para ejemplificar, aunque de manera breve, la nueva situación política del país y cómo ahora la mediocracia podía ejercer verdaderamente un poder en la elección del nuevo gobernante mexicano; además de cómo fue que las elecciones y los medios se relacionaron, ya fuera por intereses comunes o simplemente por el morbo del nuevo estilo de campaña que se vivió en México durante ese periodo.

Capítulo I

La “transición” política en México, 1994-2000

El sexenio zedillista, 1994-2000

El Gobierno de Ernesto Zedillo fue sin duda alguna uno de los más recordados, no por el brillante desempeño del entonces presidente, más bien por la sonada crisis de 1994, la cual llevó al país a un clima de incertidumbre. El ingreso de México al TLCAN generó la idea de que el país se encontraba ante las puertas del primer mundo.

Zedillo llegó al poder en medio de diversos problemas en México, por un lado el movimiento Zapatista, en Chiapas, y por otro el problema de los asesinatos políticos. Entre estos el caso más sonado fue el del antiguo candidato a la presidencia de la República, Luis Donaldo Colosio. Además, otro problema fue el estallido de la crisis económica en 1994, que fue resultado de un claro intento de mantener sobrevaluado al peso, al menos hasta pasar la época de elecciones. Estos conflictos llevaron a México a pasar por un proceso de desaceleración económica muy fuerte y fue entonces que el gobierno decidió implementar unas medidas encaminadas a detener el impacto de la crisis. Estas estaban orientadas a mantener la seguridad para así evitar que los capitales invertidos se fugaran del país, además de propiciar la inversión extranjera y por supuesto la nacional.

Con el fin de conseguir eso el Gobierno planteó una estrategia de cinco puntos para evitar el desplome total de la economía y mantener la inversión de extranjeros y nacionales. Esta estrategia consistió en: “1) hacer del ahorro la base fundamental para financiar el bienestar, 2) establecer condiciones de estabilidad y

certidumbre para las actividades económicas, 3) promover el uso eficiente de los recursos, 4) desplegar una política ambiental sustentable, 5) aplicar políticas sectoriales”.¹ Con la aplicación de estos puntos el Gobierno federal pretendía sobreponerse a mediano plazo a la crisis y al mismo tiempo continuar con la implementación de una política de tendencia global para llevar a México al primer mundo mediante la aplicación del ya mencionado TLCAN.

La devaluación fue otro de los aspectos con los cuales tuvo que lidiar Zedillo en su mandato, pues esta provocó un repunte en la inflación y escasez de divisas para poder mantener actividades internacionales, además de traer una severa confusión al grueso de la población mexicana que de pronto se vio sumida en una situación donde el encarecimiento de productos fue muy rápido; la pérdida de divisas ocasionó serios problemas, pues las inversiones se esfumaban rápidamente del país. La economía nacional sufrió una sangría de 13 mil millones de dólares entre marzo de 1994 y diciembre de ese mismo año por la política sobrevaloratoria del tipo de cambio.²

Por otro lado, durante el sexenio de Zedillo la tasa de desempleo disminuyó hasta cierto punto. Las medidas de privatización de algunos sectores claves fueron llave para la recuperación durante este periodo, aunadas a la reforma laboral que se realizó durante su mandato, ya para finales de su sexenio Zedillo dejó a México con una cierta estabilidad económica, cosa que sería aprovechada por su sucesor. A pesar de todos sus esfuerzos, Zedillo no impediría que la

¹ Robles R. y Salinas Calleja, “Balance de la Economía Mexicana (1994-2003)”, p. 79.

² *Ídem.*

población viera la necesidad de contar con otro gobierno; en el imaginario colectivo un cambio de partido quizás sería la solución a los problemas.

La situación de un México exigiendo un cambio en el gobierno no se debió a causas aisladas, como el hecho de la llamada crisis, sino que el mexicano en su realidad estaba harto de un priismo dominante que hacía lo que quería, los ya acumulados fracasos económicos, medidas de impuestos y la solapada corrupción motivaron al mexicano a un cuestionamiento sobre quiénes eran los adecuado para administrar el poder en el país. Para el sexenio de Zedillo era claro que el llamado “partido oficial” estaba en problemas, aunque aun así existía la duda sobre si de verdad el PRI podía ser vencido en las elecciones del año 2000.

La campaña presidencial rumbo al 2000

Al iniciarse el declive de la presidencia de Ernesto Zedillo, el escenario para la nueva contienda electoral estaba listo: un México ya cansado de un mismo régimen y de promesas que nunca se cumplían; los medios con una participación cada vez más autónoma y libre; el cambio de siglo y milenio que prometían un nuevo comienzo para el país. Los partidos políticos decidieron quienes eran sus mejores candidatos para enfrentarse en las campañas electorales, aunque en esta ocasión las estrategias para conseguir votos perderían un poco de la tradicional cordialidad que había caracterizado a las anteriores. Sería la primera vez que el IFE enfrentaría una elección sin los lineamientos estrictos del Estado como lo habían hecho sus antecesores.

Los partidos políticos más fuertes disputarían el poder y para ello eligieron a sus contendores, los cuales abanderarían en esta elección a la democracia al ser

la elección del nuevo milenio. Ante esta situación se procuró que fuera una elección lo más transparente posible, ya que las miradas internacionales seguían con mucho detalle el devenir político del país. Por un lado, el PRI estaría encabezado por el candidato Francisco Labastida Ochoa; el PRD eligió a Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano como candidato y el PAN a Vicente Fox Quesada como su “gallo” para las elecciones del año 2000. Con esos tres candidatos comenzaría una de las elecciones más esperadas en nuestro país, el comienzo de las campañas no pudo haber sido menos sorpresivo, pues en una maniobra un tanto fuera de lo común el candidato del PAN comenzó una “guerra sin cuartel” en contra del candidato del PRI, basando su estrategia en la denigración pública y el lanzamiento de “retos”, consolidándose así la llamada “guerra sucia”, pues tanto de un lado como del otro los candidatos ofrecían al público mexicano semejante festival de respuestas a insultos o provocaciones, volviendo así la campaña presidencial una guerra de escaramuzas que sería muy recordada hasta hoy en día.

La campaña del candidato vencedor en ese entonces, Vicente Fox, estuvo orientada al público simple. La manera más fácil de vencer sería dedicarse no a engrandecer sus virtudes como lo habían hecho antes otros tantos candidatos, sino que se enfocó en la destrucción de la imagen pública del candidato que se consideraba fuerte, en este caso Francisco Labastida a quien en varias ocasiones denigraría públicamente. En esta elección los medios de comunicación jugaron un punto esencial para la formación del camino de la “democracia mexicana”. Incluso se vio la oportunidad de incluir a los jóvenes dentro de la estrategia propagandista, usando los programas vistos por la juventud votante para conseguir dichos fines.

Tanta fue la insistencia televisiva que incluso parecía la venta de un producto (el candidato). El IFE, por su parte, mantuvo una relativa neutralidad, pero manteniendo cierta inclinación hacia el partido oficial, aunque lo hacía de tal manera que no ocasionaba molestia alguna a los otros candidatos.

Podemos nombrar a la campaña presidencial del 2000 como la campaña de los medios, pues estos tuvieron injerencia en casi todo el proceso, privilegiando espacios a unos y negándoselos a otros; siempre mostrando las “curiosidades” que el candidato del PAN presentaba a diario con tal de llamar la atención de un México que solía hallarle el lado divertido a sus “ocurrencias”. Sería este punto donde los medios de comunicación, buscando obtener nuevas prerrogativas o mantener sus intereses, favorecerían en gran medida la nueva apertura que en esta elección se les presentaba.

Por otro lado, las televisoras comenzaron a relegar a los candidatos que no convenían a sus intereses, prestándole una espectacular atención al enfrentamiento entre Vicente Fox y Francisco Labastida y a las reacciones de uno y otro, teniendo a la población mexicana siempre al pendiente de las declaraciones de ambos personajes. Éstos llegaron al punto de retarse al famoso debate en el cual la frase “hoy, hoy” cobraría revuelo dentro de la sociedad del México de esa época. Quizá con esto Fox mostró al pueblo una cara de confianza que era digna de seguirse.

Tomemos en cuenta el hecho de que Fox aparentemente siempre tuvo la ventaja dentro de las elecciones, pues fue el primer candidato en destaparse en sus intereses por obtener la presidencia, lo cual provocó un descontrol político. Fox decidió tomar la oportunidad de darle a conocer al mundo entero su intención

de ser aspirante a la “silla” en el año de 1998, 1 año antes de las campañas oficiales; en su mentalidad de campaña Vicente Fox consideró a los electores de una manera curiosa pues más que tratar de obtener el voto pareció que tratara de vender un producto: “consideró a los electores como clientes a los que había que conceder la razón y satisfacer”.³ En un giro al asunto, su campaña fue atacada desde la perspectiva de un programa que financiaba las actividades del entonces candidato del PAN, refiriéndonos a los llamados “Amigos de Fox”. Este programa de mantenimiento electoral se inició junto a la campaña de Fox en el año de 1998, consiguiendo así que el gasto que tuvo que hacer antes de la contienda electoral no fueran gran cosa pues al menos en el estado de Guanajuato, donde fue gobernador, le apoyaron hasta el momento de ser presidente de la República.³

La estrategia de exponer el lado negativo del enemigo más fuerte fue una decisión inteligente, aunque también tuvo sus desventajas ya que el grupo de Labastida atacó al candidato Fox con la acusación del fraude de su agrupación “Los Amigos de Fox”, con la cual éste se había mantenido en campaña desde 2008 gracias a las “cooperaciones” que se le daban para así poder costear dicha empresa. Esta organización fue muy cuestionada en su tiempo y quizás fue el mayor problema que tuvo que resolver Fox para así seguirse justificando como la opción más válida dentro de las elecciones. Mediante el uso de los medios y de sus intereses por una mayor apertura de opinión Fox logró desencadenar mucho arrastre dentro de las masas electorales, que pudiera ser que creyeran es sus

³ Benavente Borjas, “La campaña presidencial de Vicente Fox y el modelo propagandista de comunicación política”, p. 107.

principios o simplemente estaban hartos de un régimen que en los últimos sexenios sólo había traído crisis y alza de precios al país.

Fox resultó ser un candidato un tanto diferente del resto, pues siempre estuvo buscando el voto de los sectores populares de la sociedad mexicana.

“Fox se adentró en territorios hasta entonces impenetrables o poco explorados por los candidatos opositores: en el campo busco el voto de los campesinos con quienes compartió sus experiencias agrarias puesto que el mismo poseía un rancho en Guanajuato, hecho que además permitía hacer ofertas más acordes con las necesidades reales de las zonas rurales”.⁴

Aunado a este hecho y a los discursos políticos, el candidato de la entonces Alianza por el Cambio dio un giro nuevo a la estratagema política y ganó mucho más el favor popular al declararse católico y sobre todo al usar el estandarte de la virgen de Guadalupe, con lo cual se identificaba con el mexicano promedio, lo que lo hacía lucir no como aquellos candidatos inalcanzables o altivos de siempre, sino como un mexicano común aspirando a ser el nuevo gobernante. Además, atacó el anticlericismo de las instituciones, acción que le valió aún más el favor del pueblo mexicano.

En cuanto a la estrategia de campaña durante los mítines, éstos se hacían en lugares cerrados para que los medios de comunicación no pudieran percibir la disgregación imperante. Con ello aparentaba un mayor número de seguidores sociales, desorientaba a los opositores electorales y hacía ver a la población mexicana a Fox como el candidato que arrastraba masas a su favor. A su vez,

⁴ *Ibidem*, p. 108.

esto ayudaba a la afirmación de que Fox cada día tenía más gente a su favor, siendo esta una de las estrategias mejor planeadas de su campaña. La democracia se decía que llegaría con el ascenso de Fox al poder, era una de las afirmaciones que circulaba por la sociedad mexicana la cual ya educada por los medios de comunicación en el hecho de que Fox era aquel candidato casi mesiánico que México esperaba para dar ese cambio que se había quedado pendiente en aquella esperanza de Colosio.

Con la difusión de su mensaje Vicente Fox tenía una visión del mexicano común, una idea que quizás en muchos sentidos pasó por la cabeza de muchos mexicanos:

“Vicente Fox expreso en lenguaje coloquial un mensaje sencillo, univoco, y sobre todo, que resumía el deseo de muchos ciudadanos y sintetizaba la condición esencial para instaurar la democracia: <<sacar al PRI de Los Pinos>>”.⁵

La idea de Fox de desplazar al partido tricolor, junto a su sonado llamado a la democracia en México, hicieron que los otros candidatos, tanto Cárdenas como Labastida, tuvieran que revirar estrategias para poder presentar combate dentro de esta campaña. Sin embargo, a pesar de que la campaña presidencial rumbo al 2000 llevaba implícita la palabra cambio, había cosas que no justificaban dicho proceso:

⁵ *Ibíd.*, p. 109.

“No dejaba de resultar incoherente que Cárdenas hablara de cambio, cuando al postularlo por cuarta ocasión el PRD demostraba que ni siquiera podía cambiar de candidato en un país en el que no existe la práctica de postular al mismo candidato más de una vez”.⁶

La insistencia del PRD al postular a Cuauhtémoc Cárdenas como candidato a la Presidencia por cuarta ocasión ponía en entredicho si el partido tenía una falta de opciones para la elección del candidato, lo cual hacía lo hacía lucir como una repetición de años anteriores o campañas pasadas sin novedades atractivas para la comunidad de votantes. Encaramado en un aire de solemnidad Cárdenas reflejaba aquella seriedad con la que se llevaban a cabo las campañas anteriores siempre mostrando sus mejores atributos; se resistió al estilo de campaña de Fox y mantuvo una postura seria en su campaña.

Otro de los rasgos distintivos de Fox durante su campaña sin duda alguna fue su manejo del lenguaje, este siempre fue directo a las masas de mexicanos, nunca con palabras rebuscadas. Con ello el candidato de la “Alianza por el Cambio” daba a conocer sus ideas de una manera sencilla:

“Fox se expresaba con desparpajo, utilizaba los mismos giros del lenguaje que los demás ciudadanos, recurría a refranes, expresiones populares e incluso groserías y, sobre todo, proponía y respondía de manera contundente y unívoca, es decir no daba lugar a malentendidos”.⁷

⁶ *Ibid.*, p. 111.

⁷ *Ibid.*, p. 110.

Las elecciones presidenciales del 2000

Luego de un nuevo estilo de campaña para la presidencia, los tiempos de convencimiento de la población se habían terminado, el momento cumbre se acercaba, con los cierres de campaña de los candidatos a la presidencia, preparándose para la que sería una de las elecciones más participadas en toda la historia de nuestro país. Los tres candidatos más fuertes habían hecho lo que pudieron para convencer al electorado, pero de entre todos era Vicente Fox el que parecía más seguro de su victoria en las próximas elecciones federales. Esta confianza lo llevó a decir en su cierre de campaña: “Los mexicanos nos acercamos a un despertar democrático”. Lo cual era una aseveración de que en México no existía un pleno ejercicio democrático, debido al régimen priista.

Por otro lado, el candidato del PRI, Francisco Labastida, cerró su campaña en lo que la prensa catalogó como un mitin frío. El candidato a la presidencia por parte del tricolor clamó la victoria en las elecciones próximas del 2 de julio del 2000, esto acentuado dentro de una de sus frases de cierre de campaña: “vamos a ganar, porque tenemos el mejor proyecto de nación, el proyecto que une libertad y progreso, democracia y justicia social, vamos a ganar para abrir una nueva etapa en la vida de México, a la que uniremos a la democracia la justicia social”, esto dicho y anotado por el diario *El Universal* el día siguiente a su cierre de campaña. Como puede apreciarse, un elemento primordial en el discurso de los candidatos fue la referencia a la democracia.

Fox y Labastida no estuvieron solos en la contienda, ya que un callado Cuauhtémoc Cárdenas también aspiraba a poder obtener la gloria electoral. En su cierre de campaña el candidato del PRD hizo énfasis en las invitaciones que el

candidato de la Alianza por el Cambio le hizo para compartir el poder. Cárdenas rechazó en todos sus aspectos la oferta de Vicente Fox y frente a una concurrencia aproximada de 200 mil personas dijo: “pensar... que Fox va a compartir el poder, sería creer en uno más de sus embustes”. Además, puso en entredicho las palabras de segura victoria que proclamaba el candidato del PAN, esto mediante unas palabras que ponían en duda la capacidad de victoria de ese partido. En el cierre de campaña, Cárdenas expuso a sus simpatizantes las puntualizaciones que él veía como extrañas dentro de la petición de Fox de compartir el poder.

Los medios de comunicación jugaron un papel nodal en esta campaña presidencial. Las estratagemas creadas por los candidatos para así obtener el favor del pueblo mexicano fueron determinantes, al aproximarse el 2 de julio la incertidumbre de si el cambio era posible estaba en el aire:

“El 2 de julio del 2000, el muerto dejó de gozar de cabal salud. Al viejo sistema político mexicano le fallaron las fuerzas, lo sepultaron millones de votos enviados desde la derecha del país”.⁸

Esa frase cobra sentido al verse los resultados posteriores a la elección ya mencionada. Sin duda alguna, en opinión de expertos en la materia fue una de las elecciones con mayor nivel de participación por parte del pueblo de México. A raíz de la victoria del PAN en las elecciones se hablaba de una auténtica alternancia en el poder, pero a la luz de los acontecimientos actuales, con la victoria de

⁸ Romero M., “De rupturas, reacomodos y desafíos. La coyuntura del 2 de julio del 2000”, p. 63.

Calderón en el 2006, ¿podemos estar seguros de eso? Sin duda alguna, hablar de cambios en el poder no necesariamente implica una alternancia inmediata. “¿La transición termina necesariamente con la alternancia en el poder o viceversa?, ¿puede haber transición sin alternancia?”.⁹

Estas preguntas rondaban a los intelectuales en ese momento. Aunque el PAN hubiera ganado esas elecciones no necesariamente esto significaría que habría una alternancia en el poder, o quizás esta misma elección daría pauta a una alternancia dentro del gobierno, eran aquellas dudas que provocaba este parteaguas dentro de la historia política de México.

El nuevo Gobierno de la República habría de enfrentarse a un nuevo reto, pues, aunque en las elecciones el PAN había ganado la presidencia no obtuvo la mayoría en el Congreso, con lo cual no se podría ejercer el fuerte presidencialismo de antaño. El gobierno del “cambio” enfrentaría una oposición dentro de las cámaras de senadores y diputados, con lo cual tendría que llegar a acuerdos para poder obtener su apoyo, lo que generó cierto equilibrio de poder. Había llegado el momento de que Vicente Fox comprobara si era posible hacer todo aquello que prometió en su campaña. La administración foxista estuvo abanderada por aquella aura de “democracia” que caracteriza a los gobiernos de nuevo régimen. El 2 de julio los ciudadanos mexicanos habían determinado que un nuevo gobierno tomaría las riendas en el país. Ante la opinión de los expertos surgía la pregunta, ¿podría lograr consolidarse?; recordemos que el gobierno de Fox sería en sus primeros años un gobierno con dejos de dudas en su capacidad de gobernar.

⁹ *Ibidem*, p. 64.

Capítulo II

El IFE y los medios de comunicación en el sexenio foxista, 2000-2006

El IFE y los medios de comunicación en el 2000

El Instituto Federal Electoral fue fundado en 1990 a raíz de la búsqueda de una imparcialidad en las elecciones de funcionarios públicos. Se achaca su creación a las denuncias de fraude electoral en 1988 y a la muy sospechosa victoria del PRI.

“Las elecciones de 1988 se celebraron en un clima de efervescencia política y concluyeron con el descontento social casi generalizado por las irregularidades manifestadas en el proceso”.¹⁰

El ideal del IFE era que los ciudadanos mayores de 18 años tomaran las riendas de las elecciones manteniendo una vigilancia dentro de los procesos con las llamadas “mesas”. Esto con el afán de garantizar una mayor transparencia y así evitar un descontento general como el que se vivió en el año de 1988. Este instituto buscó la transparencia dentro de los procesos electorales. Con la reforma de 1996 se abrió la puerta para una mayor certeza democrática.

“Ese logro ha tenido como pilar fundamental la labor del IFE, institución que sin duda ha cumplido el mandato que le fue conferido constitucionalmente: actuar bajo los principios de certeza, legalidad, imparcialidad, objetividad y profesionalismo (art. 41)”.¹¹

¹⁰ Díaz Santana, “El ejercicio de las instituciones electorales en la manipulación del voto en México”, p. 104.

¹¹ *Ibíd.*, p. 105.

Para poder dar la certeza de una mayor claridad electoral el IFE planeó, la implementación de nuevas formas de registro; la elaboración de un padrón electoral para así tener un control de los votantes registrados y, sobre todo, de los que están vivos; una credencial para que se pudiera acreditar la identidad de la persona que se dispone a dar su sufragio. Otra de sus acciones fue la de una integración de funcionarios de casillas tomados al azar de entre la sociedad, para garantizar una mayor transparencia durante las elecciones.

Las campañas publicitarias del IFE a lo largo de su historia y sus disposiciones han dado sin duda alguna cierta certeza en la democracia mexicana, generando así una mayor conformidad con los resultados pues a final de cuentas es una dependencia del IFE quien tiene la última palabra en caso de votaciones cerradas:

“Los resultados de las campañas del IFE han sido determinantes para la construcción de los referentes democráticos, que han permitido que el ciudadano se desarrolle por medio de movimientos perceptivos que generan una esperanza de legitimidad”.¹²

Los medios de comunicación, los cuales tienen la obligación de permanecer imparciales durante una elección, tienden a ser factores determinantes en cuanto a la influencia que ejercen en la población. Recordemos que durante los 70 años en que el PRI se sostuvo en el poder los medios de comunicación tenían una influencia muy marcada como voceros del gobierno, esto en lo referente a la información que podían difundir o las opiniones que podían dar. Esa situación

¹² *Ibíd.*, p. 108.

puede entenderse como “autoritarismo” o abuso del poder: “Se opone a la democracia porque restringe, coarta o supedita las libertades políticas esenciales del estado de derecho democrático: la libertad de expresión, de prensa, de reunión, de asociación”.¹³

Como es sabido, los medios de comunicación juegan un papel preponderante en México, determinan a la población los gustos en base a sus opiniones, estas siempre en beneficio de los intereses particulares de sus propietarios y controladores. Durante el año 2000, la campaña de Vicente Fox por la Presidencia de la República tuvo un gran apoyo por parte de las televisoras. En menor escala estuvo Labastida y en última instancia Cárdenas. Si bien es cierto que las televisoras tienen el deber de informar de manera neutral “éticamente hablando”, por otro lado, debemos recordar que son negocios y por ende deben velar por su propio bienestar, aunque eso signifique tomar partido.

La apertura de opinión en los medios fue propiciada por la firma del TLC. Salinas de Gortari, en su afán de poner a México como un país democrático ante los ojos del mundo, decidió darles una mayor apertura de opinión. A partir de ese momento comenzaron a independizarse convertirse en el llamado “cuarto poder”, aunque permanecieron algunos indicios de ese viejo autoritarismo presidencial hacia los medios:

“No obstante el tránsito a la democracia, en México perdura una cultura de medios anclada a los resabios autoritarios que tiene que ver directamente

¹³ Bravo, “Medios de Comunicación en México: entre el autoritarismo de estado y autoritarismo de mercado”, pp. 58-59

con una tradición periodística de subordinación al poder político y, más recientemente al imperativo económico”.¹⁴

Al darle mayor poder a los medios el Gobierno en México distaría mucho de ser como lo fue antes, ahora los políticos podían ser señalados y puestos en “jaque” por esos medios que un día les quitaron el llamado “bozal”. Serían determinantes a partir del año 2000 para los partidos y los candidatos. Una buena imagen en los medios, una campaña ingeniosa, sin importar que fuera parte de la “guerra sucia” o basada principalmente en descalificaciones, serían determinantes. Si los medios eran felices y obtenían ganancias mucho mejor. Además, estaban los beneficios que obtendrían de apoyar a cierto candidato o en su defecto descalificar a uno en específico, por considerarlo nocivo para sus intereses.

La participación de los medios de comunicación en las campañas electorales tomó un nuevo impulso con la reforma de 1996, con el llamado financiamiento público. Éste tenía como objetivo la apertura a los medios para así generar mayor competencia. Los medios vieron la oportunidad de sacar provecho y en su calidad de empresas se fueron en la búsqueda de los mayores beneficios: explotar la imagen de Fox, sus “dichos populares”, su comportamiento. Así, mostraron a un candidato que sobajaba a los otros, que los insultaba de manera tan común que el público podía identificarse con él; toda una estrategia de mercadeo electoral puesta en el ojo de los medios que supieron aprovechar sus ventajas.

¹⁴ *Ibíd.*, p. 66.

Durante las campañas, las televisoras, las radiodifusoras, fungieron como el escenario de spots publicitarios de cada candidato. En ese entonces Vicente Fox era uno de los que mayor número de spots tenía en el aire, haciendo promoción. Tal cual se ofrece un producto a la venta, su intención era poner su candidatura y su persona como aquel producto que era la mejor opción del momento para tomar las riendas del país:

“la campaña realizada por Vicente Fox, quien comenzó su campaña a mediados de junio de 1999. Desde esa fecha y hasta el 2 de agosto se proyectaron alrededor de 60 spots televisivos de los 80 que fueron ideados”.¹⁵

En la elección del 2000, fue la “campaña de los medios”, pues fueron éstos los que dieron la victoria al candidato, ya fuera por su manejo o por su injerencia en la población mexicana. Como ya lo hemos señalado en otro apartado, Fox hizo un despliegue mediático que según los expertos fue muy inteligente: mostrarse como una persona normal hablando como el grueso de la población, charlando con los campesinos sobre tierras y cultivos, dándole al mexicano un mensaje conciso y sencillo sin palabras rebuscadas.

Por otro lado, Labastida hizo una campaña mediática tradicional mostrando lo bueno de su persona y prometiendo soluciones o incluso enseñar inglés a los niños de primaria. En ocasiones caía en las provocaciones de Fox, lo cual se volvía una lucha de opiniones y contestaciones; esto último lo supo capitalizar el

¹⁵ Origel Gutiérrez, “Los *spots* factor, esencial del marketing político”, p. 156.

PAN, al que no le importaron los errores, sino que se valieron de ellos para idear otro tipo de marketing televisivo.

“Lo cierto es que el único que le dio importancia necesaria y preparación adecuada a su estrategia de comunicación fue Vicente Fox. Produjo más de 60 spots, en los que el presidente electo apareció no solo resumiendo rasgos de su carácter o sus puntos de vista, sino también de modo insistente, subrayando los defectos de sus antagonistas”.¹⁶

Los medios tuvieron tal impacto en las elecciones del año 2000 porque fue la cristalización de la reforma de 1996: los medios con un acceso para transmitir sus mensajes, dándole un nuevo sentido a la política mexicana, diseñando estrategias parecidas a un marketing como lo señalamos en otro apartado. A partir del año 2000 las campañas no serían iguales nunca más, la difusión que otorgan los medios, lo masivo de su influencia son sin duda algunos puntos atractivos para los fines políticos. Las campañas para los partidos y los candidatos sólo tienen sentido si se desarrollan en los medios electrónicos, en radio y, principalmente, televisión.¹⁷

Esto, como señalamos en otro apartado, se debe a lo masivo de su alcance e influencia, ya que no importa si estás en automóvil en tu trabajo o en tu casa, escucharás la radio, o verás la televisión; esta última es aprovechada para bombardear a los espectadores en el llamado “horario estelar” e inclusive durante el fútbol. Las campañas mediáticas son cada vez más avasallantes en la cultura

¹⁶ *Ibid.*, p. 156.

¹⁷ Aziz Nassif e Insunza Vera, “La crisis del modelo electoral mexicano: financiamiento, medios, instituciones y política social”, p. 752.

mexicana. Para la época de las elecciones del 2000 sólo sería la demostración de la capacidad de influencia de los medios, los cuales generarían un papel preponderante a las posteriores elecciones del 2006:

“El modelo de 1996, con los incrementos en el financiamiento público, propició la llegada de la oposición a las pantallas de televisión en tiempos de campaña y en horarios estelares. Así se rompió el monopolio televisivo del PRI”.¹⁸

Tal fue el impacto de la campaña del 2000 que a raíz de ello comienza a generarse lo que los expertos tipifican de “mediocracia”, un rol donde los jueces y verdugos son los medios quienes aprovecha las instancias y videos para dar una faceta al espectador o radioescucha, este fenómeno es explotado principalmente en la televisión:

“...en la mediocracia, son los medios los que absuelven y condenan. En la democracia, la verdad surge de los hechos y el análisis; en la mediocracia, la verdad la tiene el que muestre más videos”.¹⁹

La influencia de los medios en las campañas posteriores al 2000 se basaría en esto. Fox se puede decir fue de los pioneros en aprovechar a su favor esta incipiente “mediocracia”, capitalizando su estratagema de campaña y también sus fallos para generar todo un despliegue mediático, el cual le agenció muchos votos, siempre escudándose en la llamada “democracia” que tanto clamaba victorioso.

¹⁸ *Ídem.*

¹⁹ Antillano Pablo, “La Mediocracia”, en Raúl Trejo Delarbre, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, México, Ediciones Cal y Arena, 2005, p. 18.

Los medios de comunicación y el IFE durante el sexenio foxista

Para la elección del 2000, la llamada campaña mediática tuvo gran impacto en las decisiones de los mexicanos, las propuestas, el manejo de la imagen fueron determinantes para obtener al nuevo presidente, que de alguna u otra manera se las había ingeniado para penetrar en el colectivo común, esto no pudo ser posible sin la participación de los medios de comunicación, principalmente televisión y radio.

Vender una imagen ya sea hundida en la mediocridad, como en algunos casos intentaron poner a Fox o el de un líder sencillo y que comprende los gustos de la gente, esto manejado por el equipo de Fox. Fuera cual fuera la situación, tanto a favor y en contra, el candidato Vicente Fox Quesada se alzó con la victoria en los comicios del 2 de julio del 2000.

Este triunfo traería más que un nuevo partido al poder. Las críticas hechas al IFE a raíz del escándalo de los Amigos de Fox, el cual a decir de los partidos resultó ser una competencia desleal al contar con más de lo que el IFE podía proporcionar como fondos para las campañas. Sin embargo, al ser de donativos, esto no podía calcularse en los límites de financiamiento. Esto más tarde desembocaría en la llamada reforma del 2003. Esta tuvo como objetivo eliminar lo que en las elecciones del 2000 fue marcado como los errores del instituto. Entre los ajustes se encontraba imponer un tope global de campaña, para así evitar otro caso como el de “los Amigos de Fox”.

Los medios también tuvieron una intervención relevante durante este sexenio, al evidenciar cada error que el entonces presidente parecía cometer,

como aquel escándalo de las “cortinas y sabanas” del cual hicieron fiesta con lo que quedaba de la respetable figura de un presidente de México, el cual en el pasado jamás había enfrentado dicho cuestionamiento sobre sus gastos. Ese sería uno de los muchos peros que los medios aprovecharían para ejercer su potestad como el cuarto poder, un poder que crecía cada vez más a raíz de la libertad que se le dio.

Durante este periodo, la política mediática en la población mexicana fue de gran importancia, sentando así las bases de un “gobierno de medios”. Graves escándalos popularizados por los medios dieron a esta etapa una visión de claro-oscuro, con los incidentes de los Amigos de Fox, el llamado Pemexgate y, por supuesto, el tan controversial FOBAPROA.

El IFE durante el sexenio foxista

Durante su creación, nunca se pensó que el IFE podría encontrarse con una encrucijada como la que se vivió en las elecciones del 2000, una elección que sin duda alguna pondría a prueba la supuesta neutralidad del instituto, además de su eficacia para desarrollar su papel. La situación de la elección del 2000 necesitaba en ese momento de una “equidad electoral” creíble para poder demostrarle al mundo que México no era ninguna clase de país gobernado por una minoría oligarca y antigua, sino que era un país donde los cambios ocurrían.

“Si en el año 2000 el IFE cumplió con un pulcro trabajo de organización y vigilancia, garantizando un traspaso gubernamental, en el 2006 ofreció un

perfil inverso, con un IFE pasmado ante el comportamiento sin freno de los diferentes grupos de interés”.²⁰

Tras las elecciones del 2000 surgieron algunos detalles que marcaron una necesidad de redactar una nueva reforma electoral que garantizara una mayor equidad electoral. Esto a raíz del escándalo de los “Amigos de Fox”, quienes hicieron un gran aporte económico que ayudo al entonces candidato a llevar su campaña proporcionándole así más fondos de los que otros competidores tenían, incluso más que los recursos que manejó el candidato del “partido oficial”. Para este momento, el IFE pudo ampararse quizás en el hecho de que no había regulación para la participación económica externa al financiamiento de campañas que hacía el propio instituto. Por momentos pareció pasarse por alto que la organización de elecciones libres, limpias y competitivas requiere de ordenamientos normativos especiales y adecuadas capacidades institucionales.²¹

Si bien es cierto que este proceso de elección fue más claro, no dejó de levantar sospechas por el apoyo dado al entonces candidato del PAN. Una vez terminadas las elecciones el asunto pasó a discusión dentro del IFE, ya sea por presiones de los partidos derrotados o bien porque se dieron cuenta de que esa ayuda convierta técnicamente a esa elección pese a lo muy clara que fue en un proceso desleal en cuanto a la competencia, pues tan sólo para empezar no eran equitativos los fondos que poseían los partidos entre sí, ni siquiera los llamados “grandes”. El caso de los “Amigos de Fox”, convertido en escándalo político, haría ver al IFE como una institución incapaz de regular los procesos electorales.

²⁰ Mora Heredia y Rodríguez Guillén, “Nueva Reforma Electoral: viejos problemas políticos”, p. 59.

²¹ Monsiváis Carrillo, “La equidad electoral en las entidades federativas: México (1996-2006)”, p. 9.

Aunque, pese a todo eso, la transición que se vivió en México fue motivada por que el PRI necesitaba mantener la credibilidad del sistema democrático mexicano, aunque eso significara la posibilidad de perder la presidencia como les sucedió. La aportación del IFE al respecto fue incidental pues nunca se había presentado hasta ese momento una situación similar por ende no había una regulación o no había necesidad de una. La transición política en México se originó, fundamentalmente, en la necesidad que tuvo el PRI para sostener la cooperación de los partidos de oposición y mantener la legitimidad del régimen político.²²

Durante el gobierno de Ernesto Zedillo los cambios en el PRI y en el IFE fueron significativos. Las miradas mundiales estarían expectantes en las elecciones mexicanas del año 2000. Seguir arriesgándose a una imposición, seguir pensando en mantener controlados los procesos electorales en su totalidad no era una opción para el régimen zedillista, y sin embargo había algo que la gente no esperaba. A la vuelta de 10 años era difícil saber que, con todos sus avances, la reforma electoral de 1996 entraría en crisis después de haber servido de marco para regular cuatro procesos electorales: dos elecciones presidenciales (2000 y 2006) y dos comicios intermedios (1997 y 2003).²³

El papel del IFE como una institución capacitada para garantizar el desarrollo de los comicios fue puesto en duda. El prestigio ganado en las elecciones del 2000 evidenció que el Pemexgate y el caso de los Amigos de Fox habían sido llamadas de atención. Esta situación llevaría al IFE a remodelar el

²² *Ibíd.*, p. 10.

²³ Aziz Nassif, Insunza Vera, "La crisis del modelo electoral mexicano: financiamiento, medios, instituciones y política social", p. 740.

reglamento que hasta ese momento se tenía, a fin de garantizar “elecciones balanceadas”, con oportunidad para todos los partidos políticos.²⁴

Para la confianza que se tenía en el IFE, tal situación constituyó un gran retroceso. Las televisoras supieron aprovechar el hecho de que el instituto estaba mal parado ante la sociedad y en la reforma ocurrida en el 2003, donde de alguna manera se censuraba la participación de los medios, en su contra, aprovechándose de cualquier cosa para poner en evidencia su poca confiabilidad.

En el caso de Televisa, una de las noticias más importantes fue la que trató sobre la investigación del origen de los fondos financieros de los “Amigos de Fox”.²⁵

La cuestión del esclarecimiento del caso de los “Amigos de Fox” fue una noticia muy socorrida. Para las televisoras, el papel del IFE y sus regulaciones habían sido poco menos que patéticos, o al menos esa idea parecían tratar de plasmar en el espectador. En este ámbito, ya con Fox en el poder y su usual “indiferencia” ante las críticas sobre él, el IFE sería bombardeado una y otra vez con posturas negativas de los medios. Era evidente que el Instituto debía hacer algo para quedar bien parado. Sin embargo, TV Azteca hacía un poco más difícil este intento, pues también participaba de manera exhaustiva en la idea de desacreditar al IFE, mostrando una cara de la política mexicana que no era muy usual transmitir. En Tv Azteca se dio prioridad a un recuento de declaraciones ofensivas y contraofensivas entre diversos actores políticos del PAN y del PRD,

²⁴ *Ibíd.*, p. 743.

²⁵ Márquez Rodríguez, “Televisión y tratamiento de la información político-electoral”, p. 172.

cuyo protagonista fue Diego Fernández de Ceballos con sus típicas alusiones teatrales.²⁶

Los escándalos, a raíz de los comentarios políticos, llevaron al IFE a un descrédito. Su participación ejemplar en el 2000 había quedado opacada por los recientes hechos. El caso “Amigos de Fox”, tan sonado en todos los noticieros, en donde se señalaba el hecho de que el presidente en turno había manejado cifras importantes de capital fuera del conteo o de la intromisión del Instituto Federal, comenzó a mermar la confianza del elector con respecto a los procesos electorales. Se llegó a un panorama diametralmente opuesto al del año 2000, cuando la euforia foxista había estimulado la euforia política.²⁷

El IFE estaba metido en una crisis. Por un lado, estaban los escándalos políticos y por el otro la reforma de 2003, que según los medios pretendía cerrarles la libertad de expresión al menos en el asunto electoral. La imposición de tiempos en los medios sería razón de otro conflicto, principalmente porque tendría lugar en horarios que los consorcios mediáticos consideran de mucha audiencia.

Había caído el IFE en un punto que no podía ser creíble. Luego de las elecciones del 2000 tal parecía como si todo hubiera sido sólo un juego. Su “legitimidad” estaba en la cuerda floja, ahora ante los medios el proyecto manejado por los “Amigos de Fox” estaba siendo estudiado, expuesto. Claramente, esto no afectaría al mandatario, ya que este siempre estuvo lidiando y aprovechando la publicidad incluso la negativa, pero hacia parecer al IFE como incapaz de juzgar un proceso. Ahora, sin quererlo y pese a su esfuerzo, había

²⁶ *Ídem.*

²⁷ Hereida Mora, Rodríguez Guillen, “Entre los escándalos mediáticos y la anti política”, p. 85.

quedado ridiculizado como órgano garante de la democracia y la equidad electoral. También quedó evidenciado que el IFE aun necesitaba plantear algunas reglas en el juego de la política mexicana; unas reglas que realmente garantizaran una equidad electoral, tanto en fondos como en tiempos. Al mismo tiempo, el instituto debía lidiar con los medios y su cada vez más creciente presión.

Las acciones tomadas por los consejeros del Instituto tendrían que ser determinantes para demostrarle a la población que ellos como institución eran los más adecuados y confiables para el establecimiento de la auténtica democracia mexicana. Para recuperar su prestigio deberían luchar unos años más para volver siquiera a una etapa de credibilidad media.

Si bien es cierto que el instituto trató de evitar una confrontación con los medios, fue básicamente imposible, ya el daño a la “libertad de expresión” había sido hecho. Los grandes consorcios televisivos no iban a permitir que este “atentado” quedara impune. Criticaron y pusieron en evidencia cada error del IFE, desde su campaña de actualización de credenciales, hasta sus prácticas electorales, en cuanta oportunidad se les presentó, dando así a los ciudadanos una mala imagen del instituto. Podríamos a bien decir que el sexenio de Fox lejos de ser bueno para el IFE fue su primer calvario para justificar su existencia dentro del sistema electoral mexicano.

Sin embargo, y pese a los incesantes ataques, el IFE supo salir, si no bien librado, al menos sin pena ni gloria de los ataques. No obstante, este organismo sería sólo uno de los implicados en el “sexenio de los escándalos” que bien podría hacer honor a su nombre. Tal pareciera que el “tránsito a democracia” había traído

consigo una crítica más dura de la vida política mexicana y de todo lo que tuviera que ver con ella.

Pero, sin duda alguna, los escándalos políticos fueron los que desacreditaron en gran medida al IFE, al verse incapaz de regular cualquier ámbito de financiamiento. Inclusive se podría pensar que el mismo instituto estaba coludido y enterado de esas campañas con financiamientos excesivos. Luego de la sucesión del 2006 el organismo no quedó tan bien parado ante la sociedad mexicana; había ocurrido un cambio radical entre el IFE del 2000 y el del 2006. Es necesario considerar que la construcción de consensos sociales tiene momentos específicos, y no siempre hay coincidencia entre la clase política, la percepción ciudadana y la opinión pública. Algunos vieron desde la reforma de 1996 el problema; otros más se dieron cuenta después de la sucesión del 2000, cuando se conocieron los escándalos de los expedientes ilegales de financiamiento a los partidos políticos: Pemexgate y Amigos de Fox.²⁸

A estas alturas la ilusión de la democracia mexicana se había esfumado. Una época que había sido de gran avance en materia electoral ahora estaba puesta en duda. Tras la transición del 2000 perdió fuerza el presidencialismo y el sometimiento de los medios; había llegado la época en que los medios y la sociedad comenzarían a jugar un papel preponderante sobre aquellos que tenían o aspiraban a conservar el poder.

Como una innegable prueba de lo completamente distinto que fue el procedimiento entre las elecciones de 2000 en comparación con otras tomaremos

²⁸ Aziz Nassif e Isunza Vera, "La crisis del modelo electoral mexicano: financiamiento, medios, instituciones y política social", p. 745.

como ejemplo las de 2003, que serían el preámbulo para la contienda presidencial de 2006. Esto en cuanto al costo de campañas y elecciones, entre otros rubros. En las elecciones intermedias de 2003 se llegó a una conclusión importante: lo absurdo de uno de los componentes de la fórmula de financiamiento que multiplicaba los montos de acuerdo con el número de partidos registrados. De esta forma, la elección intermedia para elegir 500 diputados en 2003 superó la inversión de 2000, cuando se eligió además a la Cámara de Senadores y al presidente de la República.²⁹

Uno de los grandes fenómenos en México en materia electoral es que no existe un sólo año en el cual no haya algún proceso electoral, cosa que sigue desangrando las arcas del Instituto y pone aún más en duda la capacidad de este en cuanto a organización y reparto de costos. Esto pone de manifiesto que esta práctica democrática sólo sirve para generar gastos, que una y otra vez se generan en los procesos que se siguen unos a otros. Varios rasgos son cada vez más absurdos en el actual modelo electoral. Sin duda uno de ellos es que México tiene un círculo electoral perenne, ya que prácticamente todo el tiempo hay algún proceso en marcha. Cuando terminan los comicios federales se inician los locales y luego de nuevo los federales y así sucesivamente hasta formar un “círculo perfecto”.³⁰

Este fue uno de los puntos más atacado por la prensa. El hecho de que las elecciones eran continuas y que por tanto parecía que al IFE le gustaba despilfarrar el dinero para fines de campañas innecesariamente consecutivas, o al

²⁹ *Ibíd.*, p. 746.

³⁰ *Ibíd.*, p. 752.

menos eso aparecía en el mensaje de las televisoras, quienes vieron en esta oportunidad la ocasión perfecta para meter otra zancadilla más a la imagen del instituto. Ante esto, el IFE tendría que reformular su estratagema de elecciones para poder ajustarse nuevamente a la imagen ideal que se quería transmitir al público mexicano y por ende a los votantes; que para ese momento ya no creían mucho en las facultades del instituto gracias a la información dada por los medios.

Los medios de comunicación durante el sexenio foxista

Al sexenio de Vicente Fox se le conoce también por su fama de escándalos. Lejos de ser recordado como el gobierno del cambio, se convirtió en el sexenio de los escándalos, ya sea por los comentarios de este pintoresco personaje o bien por los dudosos acuerdos que los medios supieron explotar: Pemexgate, Fobaproa y Amigos de Fox”.

Poco a poco, en este sexenio los medios se convirtieron en un poder aun mayor, pues eran ellos quienes estaban al frente de lo que el mexicano percibía sobre su país, sobre sus instituciones. Esto lo hacían los medios con un gran poder, una gran fuerza capaz para poner en jaque las ambiciones de los políticos.

Los medios se habían convertido pues, en el cuarto poder dentro de la sociedad mexicana. Un poder digno de ser tomado en serio debido a sus implicaciones comunicativas. Ahora los políticos estaban a punto de volverse mediáticos en una escala que no se hubiera esperado, hasta el punto de querer volver a restringir la participación de los medios en la sociedad mexicana.

Nadie en este punto podría imaginar que los medios jugarían un papel preponderante y de manera gigantesca en la percepción de la mente mexicana, a

pesar de ser sabido que los medios fungen como educadores en nuestro país. Demostrarían que esa es tan solo una faceta de su poder y que ahora con las nuevas libertades de información, pondrían en jaque a los políticos y al mismo IFE.

Una de las principales preocupaciones sobre el papel de los medios de comunicación obedece a que el gobierno democrático se basa en la existencia de instituciones y reglas que organizan, tanto al sistema político como a la sociedad. Pero los medios de comunicación han quedado fuera de las instituciones y han alcanzado tal influencia que no sólo complementan, sino que a veces sustituyen a las instituciones políticas.³¹

La creciente libertad que las regulaciones habían dado a los medios en el año 2000 comenzaba a mostrar sus frutos; medios de comunicación ansiosos de cuestionar lo que antes era incuestionable, medios ansiosos de entrevistar y poner en duda las declaraciones de los actores políticos, de convertirse en una fuerza nueva, capaz de oponérsele al poder mismo, un poder que era capaz de concientizar al pueblo a voluntad.

Los políticos mexicanos, los partidos y las instituciones, tendrían que saber lidiar a partir de la elección del 2000 con el “cuarto poder”. Estos medios, ansiosos de demostrar su poder frente a la sociedad y en un afán concientizador, mostraron los detalles de turbios escándalos y desazones que entre políticos existían, evidenciando una cara oculta, pero a la vez conocida de la política mexicana. De los más conocidos por su amplia difusión, tenemos la enconada confrontación entre priistas por dirimir el liderazgo de su bancada en la cámara de diputados,

³¹Robles Villafranco, “El papel de los medios de comunicación en las democracias”, p. 9.

hasta la severa crisis del PRD producto de la exhibición mediática de políticos y funcionarios de alto rango dentro del gobierno perredista de la ciudad de México.³²

Sin embargo, todo eso no paró ahí, esa sería tan sólo la punta de lanza de lo que los políticos verían durante ese sexenio. Ahora los medios ponían en jaque a los que se pudieran haber sentido intocables de sus ojos vigilantes. Las respuestas, justificaciones y demás no se hicieron esperar, sin embargo, no resolvían una cuestión cuando los medios encontraban otros nuevos escándalos. Tras poner en entredicho el manejo de la Fundación Vamos México, dirigida por la esposa del presidente de la República, la prensa se concentró en el tráfico de influencias del titular del Consejo Nacional contra las Adicciones, rematando por la difundida video imagen del presidente del PVEM en actos de corrupción.³³

Ante estos hechos que serían sólo algunos de los conocidos durante este sexenio del “cambio”, tal pareciera que los medios habían obtenido un verdadero cambio en el desempeño de sus labores. Estas corporaciones difusoras de información estaban ejerciendo ya su prueba de fortaleza ante los poderes de la Unión y las altas esferas de la política. Ya no eran más aquellos servidores del Estado, ahora tenían una libertad que no conocían y no pensarían en perderla nuevamente; así fuese el Congreso del Unión el que lo intentara a raíz de lo que los medios mostraban sobre los actores políticos a la sociedad mexicana. Los políticos no podían ignorar el hecho de que son los medios quienes hacen posible en gran parte las victorias de los candidatos, por lo tanto, tenían que ceder ante esta presión en algunos aspectos.

³² Mora Hereida y Rodríguez Guillén, “Entre escándalos mediáticos y la anti política”, p. 86.

³³ *Ídem*.

No obstante el tránsito a la democracia, se hizo evidente que en México perduraba una cultura de medios anclada a los resabios autoritarios que tenían que ver directamente con una tradición periodística de subordinación al poder político y, más recientemente al imperativo económico.³⁴ Ahora los medios asumían su papel como empresas y podían decidir sobre sus intereses y por ende sobre lo más conveniente, no como medios, sino como inversión dentro del llamado mercado mexicano, en el cual las televisoras rigen el ámbito de la información y de la educación del mexicano.

Ante la importancia que los medios de comunicación adquirieron en los procesos políticos, podemos remitirnos a Sartori que sostiene que el impacto de la televisión ha modificado las relaciones políticas generando efectos en muy diversos aspectos: el ciudadano “opina” en función de cómo la televisión le induce a opinar; la televisión condiciona el proceso electoral ya sea en la elección de los candidatos, el planteamiento de la competencia electoral o la forma de apoyar a algún candidato; la televisión influye en las decisiones del gobierno, además personaliza las elecciones porque propone personas en lugar de discursos y favorece la *emotivización* de la política, es decir la política se reduce a episodios emocionales.³⁵

Se sobre explota la imagen de un personaje, ya sea con buenas acciones como “cargar un bulto de fertilizante” o bien aceptando sobornos. Depende el enfoque que los medios, en este caso la televisión decida mostrar al espectador. Durante el llamado “gobierno del cambio” esta fue una constante cada vez más

³⁴ Bravo, “Medios de Comunicación en México: entre el autoritarismo de estado y autoritarismo de mercado”, p. 66.

³⁵ Robles Villafranco, “El papel de los medios de comunicación en las democracias”, p. 10.

frecuente. Los medios habían obtenido una ventaja enorme y no pensaban desaprovecharla, sino al contrario estaban ejerciendo aquella influencia de la que nos habla Sartori. Ahora la democracia se comenzaba a jugar en el terreno de los medios de comunicación y serían éstos en su carácter de empresa y no el gobierno quienes dictaran como debían hacerse ciertas cosas dentro de la llamada “política nacional”.

Los medios y los políticos supieron desde siempre compartir intereses para obtener los beneficios que ambos sectores buscaban. En este aspecto, aquéllos que lograron tener a los medios de su lado habrían podido crear el escenario necesario para obtener una victoria electoral; sin embargo, el uso indiscriminado de los medios podría ser cuestionado, pues en si ya no es una lucha justa por las aspiraciones a un puesto de elección popular, ya que los medios darían una gran ventaja si decidieran tomar partido.

El papel de los medios de comunicación ha llevado incluso a cuestionar el propio concepto de democracia representativa. Zolo argumenta que la idea de la democracia representativa ya no es capaz de describir los sistemas políticos de los países posindustriales en los que la lógica de la publicidad comercial, encapsulada en el “spot televisivo”, ejerce su influencia sobre los criterios de competencia entre candidatos, el reclutamiento de personal y la selección de tópicos para el debate político.³⁶

En el caso mexicano, aunque los medios tuvieron la oportunidad de hacer quedar mal al gobierno Foxista, en especial al presidente, éste al igual que en su campaña aprovechó la mala reputación, e inclusive parecía que hacía cosas que

³⁶ Tomado de: *Ídem*.

podrían causar controversia mediática. La administración foxista fue puesta a prueba con el FOBAPROA, pero a pesar de que los medios lo atacaron “fervientemente” la simbiosis entre gobierno y medios no pudo romperse. Además, los medios mantuvieron sus privilegios y ganaron mayor simpatía en la población mexicana, por el trabajo mediático que hicieron al “desenmascarar las intenciones” de los políticos.

Más tarde, esta serie de vénetos serían tomados como ventaja electoral para el candidato del PRD a la Presidencia de la República en el 2006. Sin embargo y pese a esto, la serie de video escándalos o de escándalos políticos durante el régimen foxista parecía indicar que las siguientes elecciones serían llevadas a través de una guerra mediática y de *spots*. Los medios en muchas ocasiones tomarían para sí el rol de jueces y parte en la vida de política, sirviendo a los intereses de las empresas.

En el caso del FOBAPROA, por ejemplo, los medios hicieron cuanto pudieron por dar una mala imagen al rescate, todo con el fin de reafirmar, quizás, su poder ante un gobierno que poco a poco quería controlar lo que los medios decían. Al ser esto contrario a los intereses mismos de las televisoras y medios en general estos optaron por darle al gobierno una prueba del poder que con la libertad de expresión dada en el 2000 habían obtenido.

Capítulo III

La campaña presidencial, 2005-2006

Rumbo a las elecciones presidenciales en México, 2006

En los años finales del primer gobierno panista en la República los medios de comunicación y la sociedad en general comenzaban a especular sobre las siguientes elecciones. Varios “gallos” se mencionaban en ese tiempo siendo uno de los más sonados el entonces jefe de gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.

Los medios, que en algún momento habían apoyado a Fox en todo sentido, habían hecho girones a la figura presidencial a raíz de los escándalos políticos y mediáticos. En ese momento el IFE decidió que los medios debían ser en principio más reservados en sus intromisiones al ámbito electoral y que fueran capaces de ceder en horarios especiales tiempos gratuitos para que los partidos políticos pudieran difundir sus *spots*. Los medios decidieron que eso no podía ser posible y comenzaron su cruzada contra lo que ellos tomarían como la “imposición del IFE”, en la cual principalmente las dos televisoras se abanderarían en la libertad de expresión para poder justificar el ataque que supuestamente daba la organización electoral a los medios de comunicación.

Para este punto, las televisoras nuevamente demostrarían su poder dentro de la influenciable sociedad mexicana y harían ver al IFE como un impositor y una institución retrograda que quizás debía dejar de funcionar para dar paso a una nueva organización que cumpliera con los requisitos de la sociedad moderna. Sin dejar “piedra sobre piedra” los medios destrozaron al IFE en casi todo aspecto,

desde los spots que hacían en los propios medios hasta los excesivos sueldos que tenían los consejeros. A pesar de las supuestas censuras que el IFE impuso a las televisoras, estas lejos de acatar las disposiciones tomaron esto como un insulto menor y continuaron con el ejercicio de su poder. Además, aprovecharían cada tropiezo del IFE para hacerlo ver como una institución poco eficaz para las necesidades de México. Uno de los casos más sonados sería la campaña de reposición de credencial de elector, la cual según los medios había sido una pérdida inútil de recursos, pues no había tenido éxito.

Cerca de las elecciones presidenciales de 2006, los candidatos más fuertes eran los de los tres partidos principales, PRI, PAN y PRD. Dentro de este último se produjo un hecho que marcaría la elección, pues el entonces aspirante, Cuauhtémoc Cárdenas, sería reemplazado por Andrés Manuel López Obrador. Esto dentro de una supuesta riña dentro del partido difundida por los medios. En el caso del PAN, nos presentarían a Felipe Calderón como su candidato oficial a las elecciones presidenciales.

En el 2006 las campañas también se caracterizaron por tener algo de juego sucio entre declaraciones de los candidatos, es decir más que nunca esa elección sería mediática. Todos los medios de comunicación fueron partícipes, desde la prensa hasta el internet, que esta vez tendría una mayor presencia dentro de la vida política mexicana.

Serían los medios y sólo ellos los que decidirían al vencedor, gracias a su gran influencia dentro de la población mexicana. Habría de todo, desde campañas de desprestigio contra los candidatos hasta debates muy controvertidos por las opiniones. El enfrentamiento entre el IFE y los medios vendría a darle un sabor

extra a esta elección, que sin duda ha sido una de las más controvertidas junto a la de 1988.

Sin duda alguna, la elección presidencial mexicana de 2006 marcó una pauta, la cobertura hecha fue simplemente completa; no hubo rincón que no se cubriera durante esas elecciones. Los mexicanos también contribuyeron dándolo todo en las casillas, a la hora de votar. Los actores políticos, aprovecharon cualquier publicidad y espacio para ganar adeptos a su causa y así conseguir la victoria.

La “campaña de los *spots*” y los medios de comunicación. La carrera rumbo al 2006

Luego de seis años de un gobierno panista en la república, el momento de la verdad se aproximaba, el nuevo régimen enfrentaría “la primera defensa de su poder” frente al antiguo partido oficial y al eterno contrincante el PRD, esta elección sería guiada por los medios de comunicación quienes hicieron gala de los avances tecnológicos y más que nunca dieron pauta al desarrollo de las campañas y posteriormente de la decisión del pueblo.

Cuando recordamos las elecciones de 2006, sin duda alguna pensamos en los *spots*,³⁷ que dieron mucho de qué hablar entre la población, ya fuera por su desvirtuamiento entre candidatos o simplemente por su elevada cantidad,

³⁷ “Los *spots* de campaña son elementos complejos de comunicación política debido a que su contenido, dadas las características de la comunicación audiovisual, puede mezclar diversas narrativas en una sola producción de 20 o 30 segundos”. Gamiz Juárez, “Las elecciones presidenciales del 2006 a través de los *spots* de campaña”, p. 66.

principalmente en televisión. Se llegó al punto de utilizar programas o entrevistas a manera de *spots* extendidos, incluso los debates fueron llevados a ese juego.

Este tipo de publicidad fue especialmente relevante para el candidato panista. A la llegada del nuevo equipo de campaña su estrategia adoptó un tono de confrontación, calificando al contrincante López Obrador como un “peligro para México”. Este tono se mantendría hasta el final de su campaña.³⁸

Este no fue el único frente en el cual el candidato del PRD se vería atacado. Los empresarios entrarían en la contienda al considerar sus intereses en riesgo si AMLO ganaba popularidad y por ende vencía en los posteriores comicios. Ante esta perspectiva, se dieron a la tarea de denigrar más la imagen del candidato utilizando los medios de comunicación, principalmente la televisión. Los grupos empresariales transmitieron mensajes en contra de López Obrador y la viabilidad de su proyecto económico.³⁹

La guerra mediática había comenzado, los medios y el ahora partido en el poder, el PAN, habían hecho su primer movimiento. Hicieron ver la gestión como jefe de gobierno de López Obrador como una administración carente de juicio, acusándolo de haber endeudado al gobierno del Distrito Federal. La estrategia del PAN fue simple, destruyó al mayor oponente; la serie de *spots* publicitarios del PAN casi no mostró nada en favor de su candidato, se concentró en atacar al candidato del PRD.

“Este es el segundo piso de la ciudad de México, ¿Cómo pago López Obrador por él?, se endeudó, las pensiones, se endeudó, triplicó la deuda

³⁸ *Ibíd.*, pp. 68- 69.

³⁹ *Ibíd.*, p. 69.

del DF, si llega a presidente nos va a endeudar más y vendrá una crisis económica, devaluación desempleo, estos son los grandes planes de López Obrador, un peligro para México”. Spot del Partido Acción Nacional.⁴⁰

No sólo fue ese spot, sino también uno referente a los planes que tenía Felipe Calderón con respecto al IVA. En este spot, patrocinado por los candidatos panistas al Senado de la República, se llamaba a AMLO mentiroso y manipulador. La situación no era nada fácil para el candidato del PRD. En respuesta, también hizo su campaña mediática buscando contrarrestar los ataques, pero los medios demostraron estar en su contra desde el inicio.

“Si el gobierno trabaja para unos cuantos le llaman rescate, si trabaja para los pobres le llaman populismo, dicen que no se puede cambiar, pues como no si se llevan la tajada más grande del pastel, ya les dimos chance y no la hicieron, ¿ya cámbiale no?, confía en ti, no tengas miedo, ¡hazlo realidad!, este 2 de julio, no cometas el mismo error, ahora le toca a la gente, ahora nos toca a nosotros, ahora te toca a ti, por el bien de todos eh”. Spot de López Obrador).⁴¹

Incluso Elena Poniatowska hizo campaña a favor de López Obrador en un *spot* donde pedía que no calumniaran al candidato del PRD, señalando que eran mentiras los ataques de sus adversarios políticos y acusando directamente al PAN de ser el artífice de estas injurias. El PAN también dedicó *spots* contra el PRI, preguntando si los mexicanos no teníamos memoria.

⁴⁰ “Comercial ‘López Obrador un peligro para México”, en *Youtube*, http://www.youtube.com/watch?v=1nEGc7_LeL0.

⁴¹ “Contestación de AMLO, en *Youtube*, <http://www.youtube.com/watch?v=avsauCybL4&feature=related>.

Sería ésta, la del 2006, sin duda alguna una de las elecciones más esperadas. Desde el año 2000 los medios que fueron un poder ya consolidado aprovecharon cualquier ventaja para hacer publicidad a favor o en contra de los candidatos, sirviéndose de las ganancias que los mismos comités de campaña de los mismos pagaban para el desvirtuamiento de unos u otros. Quedaría para un análisis posterior el desempeño y poder que éstos habían adquirido en el breve lapso del sexenio foxista.

El IFE siendo la institución mediadora a lo largo de las campañas, poco pudo hacer para controlar la llamada “política sucia”, que se había convertido en la estratagema de los candidatos. Atrás habían quedado ya las promesas de campaña, ahora era tiempo de una guerra de palabras entre los candidatos, para ver cuál podría desvirtuar al otro en menos tiempo.

Los medios, los *spots* transmitidos y las campañas en los lugares designados, ya no eran simples informes de intención, había llegado el momento de una nueva “política mexicana”, que a decir de varios se había convertido en un circo; pero aun así con validez para la tan sonada “democracia” que se vivía en el país. Los spots fueron ingeniosos, pues capturaron el interés del público gracias a su morbosidad por saber “¿qué dirían ahí?”, o “¿qué nuevas cosas dirán?” Por un lado, Calderón basó su campaña en una frase simple y que resumía todo lo que era el desvirtuamiento del candidato opositor, AMLO: “Tengo las manos limpias”. Con estas palabras avanzaba paso a paso en esta nueva elección.

Los medios como se señaló en su momento jugaron un papel preponderante. Ahora decidieron al ganador, con su apuesta de intereses y su influencia mediocrática, la cual dio buenos resultados para el entonces candidato

Felipe Calderón, quien en algún momento obtuvo cierta ventaja sobre el candidato opositor. No obstante, aún con esa ventaja la situación era muy pareja, apenas un pequeño porcentaje separaba a ambos contendientes. Incluso con la campaña de medios en contra, AMLO logró ponerse al parejo y en la posterior elección perdería por un margen escaso, o al menos eso fue lo que el IFE reportó a los medios en su debido momento.

Sin embargo el poder que los empresarios llegaron a ejercer sobre las campañas, fue devastador en la psiquis del mexicano promedio, aquellos que habían hallado comodidad dentro del seno del gobierno panista buscarían que este se mantuviera para así poder seguir obteniendo ventajas, estos empresarios fueron los ideólogos de la frase contra Andrés Manuel López Obrador, la que sin duda alguna a muchos de nosotros como mexicanos nos hizo dudar sobre las intenciones del candidato del PRD, la frase era sencilla, pero igual seguía teniendo una connotación de riesgo o de zozobra, esta era: *“un peligro para México”* en ella se hacía ver a AMLO, como un sujeto proscrito que no daría ningún bien al país, se hablaron además rumores a partir de esta campaña mediática, sobre pérdidas de casas y sobre una dictadura estilo Hugo Chávez, también se escuchó el rumor de que si AMLO entraba a la presidencia, romperíamos relaciones con E.U. y que este nos declararía la guerra.

Viéndolo desde este ángulo, el uso de los medios para perjudicar la imagen de los candidatos, más parecía una quema de brujas de la inquisición, que un juicio justo, pues no importaba lo que el candidato llegase a decir en su defensa, estas palabras terminarían siendo usadas en su contra, para desvirtuarlo, los medios habían conseguido a lo largo del sexenio foxista un poder, que no se

podría controlar, ni el mismo IFE, pudo hacer mucho para remediar el actuar, las influencias y lo coludidos que están los medios con el gobierno mismo auspiciaron que los medios hicieran oídos sordos a las exigencias del instituto para moderar sus intervenciones y asegurar la neutralidad de estos, los medios seguirían expresándose como querían, usando a favor o en contra de algún candidato sus servicios, siempre viendo esta elección no como un proceso electoral neutro, sino más bien como un negocio redondo y jugoso, donde los verdaderos ganadores serían ellos, pasara lo que pasara.

El Papel del IFE en el 2006

El IFE como, ya se ha mencionado, fue una institución que había logrado cubrirse con la gloria de una buena elección presidencial en el año 2000, en la famosa “transición al poder”, pero la situación que el mismo organismo viviría durante el tiempo del sexenio foxista no fue precisamente digna de elogios: las calumnias, los manejos y hasta las llamadas “imposiciones” que se dieron al interior de esta institución llevarían a México a una de las elecciones más reñidas y seguidas de todos los tiempos.

Como institución, el IFE debía garantizar que las elecciones presidenciales del año 2006 fueran tan impecables y dignas de alabanza como lo fueron aquellas del año 2000. Por desgracia, durante el transcurso entre ambas elecciones la manipulación del organismo y la creciente presión de los medios dieron un nuevo giro a esta historia electoral durante el año 2003. El cambio de representación del Consejo General del IFE fue hecho, pero el PRD vio en este cambio una imposición fraguada por el PAN y el PRI.

Los miembros del Consejo General del IFE fueron elegidos en 2003, a propuesta de los bloques del PAN y el PRI en la Cámara de Diputados, con la abstención del PRD, cuyos miembros se abstuvieron de votar en protesta por lo que consideraron una imposición por parte de los legisladores de los dos primeros partidos.⁴²

Con lo anterior se pensaría que las siguientes elecciones estarían aseguradas para algún candidato de las facciones aprobadoras. Sin embargo, serían los candidatos, su manejo de los medios y la nueva cantidad de *spots* publicitarios a favor o en contra de los principales contendientes, lo que daría el ritmo a las elecciones. La lucha sería muy cerrada desde sus inicios y culminaría con una de las elecciones más parejas en lo que a resultados se refiere, siendo los porcentajes muy parejos como para decidirlo en los primeros conteos rápidos. Sin embargo, a pesar de esto, los conteos rápidos se lograron y aunque la situación parecía equilibrada siempre mostraron una pequeña tendencia en favor del entonces candidato del PAN, Felipe Calderón, siendo uno de estos ejercicios el practicado por la Universidad Metropolitana de la Ciudad de México.

“Este y otros ejercicios similares no fueron publicados inmediatamente debido a dos razones: una, los resultados eran demasiado cerrados como para anunciar un ganador con certeza estadística; otra, el IFE demandó que partidos, candidatos y encuestadores esperasen hasta las 11 pm, hora en que daría a conocer una tendencia con base en su propio conteo rápido”.⁴³

⁴² Emmerich, “Las Elecciones de 2006 y su impacto sobre la democracia en México”, p. 6.

⁴³ *Ibíd.*, p. 10.

Los reclamos de los partidos políticos derrotados no se harían esperar. No obstante, serían ellos los culpables en origen del fracaso obtenido en los comicios de 2006. Esto se debió en cierta medida a que siguieron con las reglas de 1996 ante el hecho de que la lucha política entre el entonces gobierno de Fox y los partidos opositores en el Senado impidieron un avance adecuado para los comicios de 2006 al rechazar la reforma electoral.

“En el ánimo de confrontación y de obstruccionismo que prevalecía a mediados del sexenio de Vicente Fox, el senado rechazó una reforma electoral propuesta por el entonces secretario de gobernación Santiago Creel Miranda. Era mayor el deseo de opacar el protagonismo de su promotor que la necesidad de adecuar a las nuevas circunstancias del país el marco jurídico en la materia. Entonces las cúpulas de los partidos decidieron enfrentar el proceso electoral de 2006 con las reglas de 1996”.⁴⁴

Se acusaría al IFE de una endeble labor durante las campañas electorales, no sólo debido al rechazo de la reforma de 2003, sino también durante la aplicación de las elecciones, al no poder controlar el flujo de *spots* y la vigilancia de las casillas en todo el país. Esto dio como resultado, posteriormente, una elección tan apretada que no podía dar una certeza clara del ganador debido al estrecho margen.

El IFE, que había obtenido las felicitaciones de todos por su labor en el 2000, había sufrido un tremendo retroceso, al verse incapaz de controlar el desarrollo de las elecciones. Todo esto podría deberse a la falta de regulaciones y

⁴⁴ Bravo, “Reseña 2006: Hablan las actas. La debilidad de la autoridad electoral mexicana de José Antonio Crespo”, p. 169.

nuevas leyes electorales, pero sin duda alguna para muchos, a pesar de no contar con esto, el IFE, no mostró mucho interés en mantener un control tal y como lo hizo en las elecciones de 2000. El Instituto fue rebasado por la campaña de *spots* negativos que se emitían a favor o en contra de los candidatos, entre otras cosas.

Finalmente, luego de todo el proceso, la decisión sería tomada por el Tribunal Federal Electoral. Este organismo, que es la última instancia, sería el que resolviera el resultado que nosotros conocemos, dándole el triunfo al candidato del PAN, Felipe Calderón; aunque hay detalles a considerar, un ejemplo de ellos sería que, La Coalición por el Bien de Todos, que encabezaba López Obrador, nunca solicitó la apertura de todos los paquetes electorales.

“En su juicio de inconformidad, La Coalición por el Bien de Todos nunca solicitó la apertura de todos los paquetes electorales, aunque sí la anulación de los comicios. Parece una minucia, pero no lo es. Cualquier pasante de abogado sabe que un juez no puede resolver sobre aquello que la parte de mandante no ha solicitado”.⁴⁵

Sin embargo, eso no impediría que el IFE siguiera en el ojo del huracán debido a su completa incompetencia durante las elecciones de 2006, ya que no sólo fue en gran medida responsable de que se salieran de control las elecciones, sino que también después de éstas y del fallo otorgado por el Tribunal, sería cuestionado perdiendo muchísima credibilidad como institución garante de la democracia. Lo anterior pondría en tela de juicio su actuación para las elecciones de 2012, a pesar de las actualizaciones a la Ley Electoral de 2007.

⁴⁵ *Ibíd.*, pp. 171-172.

Conclusiones

La de 2006 fue, sin duda alguna, una de las elecciones más esperadas y polémicas. Desde el año 2000 los medios de comunicación, siendo un poder ya consolidado, aprovecharon cualquier ventaja para hacer publicidad a favor o en contra de los candidatos; sirviéndose de las ganancias que los mismos comités de campaña de los candidatos pagaban, para el desvirtuamiento de unos u otros. Queda para un análisis posterior el desempeño y poder que los medios habían adquirido en el breve lapso del sexenio foxista.

El IFE, como la institución mediadora, poco pudo hacer para controlar las campañas de llamada “política sucia”, que se había convertido en la estratagema de los candidatos. Atrás habían quedado ya las promesas de campaña, ahora era tiempo de una guerra de palabras entre los candidatos, para ver cuál podría desvirtuar al otro en menos tiempo.

Los medios, los *spots* transmitidos y las campañas en los lugares designados, ya no eran simples informes de intención. Había llegado el momento de una nueva “política mexicana”, que a decir de varios se había convertido en un circo; pero aun así con validez para la tan sonada “democracia” que se vivía en el país. Los *spots* fueron ingeniosos, si cabe la expresión, pues capturaron el interés del público gracias a su morbosidad, del saber “¿qué dirían ahí?”, “o ¿qué nuevas cosas dirán?” Felipe Calderón basó su campaña en una frase simple y que buscaba desvirtuar todo lo que el candidato opositor López Obrador, decía de él. Con su frase, “Tengo las manos limpias”, avanzaba paso a paso en esta nueva elección.

Los medios, como se señaló en su momento, jugaron un papel preponderante en las elecciones: decidieron al ganador con su apuesta de intereses y su influencia mediocrática, la cual dio buenos resultados para el entonces candidato Felipe Calderón, quien en algún momento obtuvo cierta ventaja sobre el contendiente opositor. No obstante, aun con esa ventaja la situación era muy pareja, apenas un pequeño porcentaje separaba a ambos contrincantes. A pesar de la campaña de medios en su contra, López Obrador logró ponerse al parejo y en la elección perdería por un margen escaso, o al menos eso fue lo que el IFE reportó a los medios en su debido momento.

En el capítulo uno mostramos un cambio en el parecer de los mexicanos, quienes hartos del gobierno de un solo partido que había sumido a México en un precipicio sin fondo debido a la crisis económica de 1994, en un afán por conseguir la tan ansiada democracia, tomaron la opción de un candidato que puede llamarse “mesiánico” y que prometía un cambio para el país. Esto dio como resultado un nuevo orden de gobierno que aun ahora rige nuestro país: el inicio del régimen panista.

El desenvolvimiento de la campaña foxista fue sin duda alguna una de las estrategias políticas más interesantes, puesto que valiéndose de los huecos legales de la entonces ley electoral logró obtener los resultados que tanto esperaban los miembros de Acción Nacional. Como muestra máxima de esta campaña está el hecho de que Fox se convertiría en el presidente de México, logrando así el tan ansiado “cambio” de gobierno a nuestro país y poniendo fin a más de setenta años de gobiernos del PRI.

También pudimos mostrar un panorama en el que los medios de comunicación y el IFE comenzaron a sufrir cambios que no se vieron antes del régimen foxista. Para los medios, sin duda alguna, fue un sexenio en pocas palabras benéfico, pues con la apertura de información promovida por el mismo presidente, las noticias y los consorcios mediáticos del país comenzaron a generar para sí mismos un auge de poder que esta vez ya no estaría plenamente al servicio del Estado, como bajo el régimen del PRI. Fox había dado a los medios el impulso necesario para convertirse en el “cuarto poder”; mientras que el IFE iba perdiendo credibilidad, al quedar al descubierto el dudoso proceder de sus consejeros y sus intentos por someter a los medios a su voluntad. En esta ocasión, los medios tendrían mucha mayor influencia en el proceso electoral que el mismo IFE. Al mismo tiempo, durante dicho periodo pudimos vislumbrar un poco lo que sería la elección presidencial más peleada en años, donde se enfrentarían por obtener el poder Andrés Manuel López Obrador y Felipe Calderón, quien posteriormente saldría triunfante.

Asimismo, pudimos observar cómo los medios y los grandes empresarios comenzaron a moldear la opinión pública y hacer uso total de su influencia sobre la población mexicana para poder imponer una voluntad, misma que llevaría a la victoria de Felipe Calderón en los comicios de 2006. Con esto se dio continuidad al gobierno panista en nuestro país, todo esto gracias a una serie de maniobras que llamaríamos posteriormente “campaña sucia” en contra del candidato del PRD.

La derrota de Andrés Manuel López Obrador en los comicios de 2006 ha recibido diversas explicaciones e incluso se considera la posibilidad de su triunfo

en vista del margen tan escaso entre los votos que recibió y los del contrincante ganador. Sin duda alguna, el manejo mediático que se hizo sobre esta elección mostró la capacidad que tienen los medios mexicanos de poder cubrir y controlar un evento o simplemente acabar con la imagen pública de quienes no le favorezcan. Para estas alturas del siglo XXI, el IFE había tratado sin éxito de someter a su voluntad a los medios de comunicación. Sin embargo, éstos lograron, haciendo uso de todo su poder e influencia, colocar a este instituto en el límite de su credibilidad ante la sociedad y lograron un cambio en la percepción sobre su labor. De considerarse una institución eficiente pasó a ser visto como una corrompida como muchas más dentro de nuestro país. Al final de todo esto, uno de los grandes ganadores dentro de la contienda política lo constituyeron los medios de comunicación, quienes en tan sólo seis años lograron erigirse como el cuarto poder indiscutible, con la capacidad de poner en duda la credibilidad de las instituciones y por lo tanto de sus miembros.

La idea de democracia que difundieron los medios de comunicación en el periodo de estudio fue cambiante. Si bien es cierto que explotaron en toda su extensión los escándalos políticos para subir su rating, también comenzaron a expandir una nueva forma de pensamiento que, aunque ligado a las ideas democráticas poco a poco ha ido influyendo en la población mexicana para hacerla parecer más crítica. Los medios pusieron en el centro de la discusión la manera en que las instituciones y los gobiernos hacían su trabajo a favor o en contra de los ciudadanos; no obstante, el énfasis informativo se nutrió de las calumnias que muchos candidatos se lanzaban abiertamente entre sí.

En el 2012 el PRI regresó al poder, teniendo como premisa mostrarse con la imagen de un partido renovado y nuevas propuestas. La elección presidencial fue ganada con un margen de votos claro. Por su parte, el IFE probaría nuevamente las amargas consecuencias de su falta de tacto dentro de la organización de las elecciones, recibiendo numerosos cuestionamientos en materia de costos electorales. El gobierno entrante, encabezado por Enrique Peña Nieto, demostraría ser tan solo el complemento de las ya conocidas ambiciones reformistas que, desde tiempos de Vicente Fox en el año 2000 se vienen persiguiendo y que ahora con un acuerdo de diversas fuerzas políticas, denominado “Pacto por México” se han logrado impulsar. No dudemos que podamos ver al final de cuentas el fruto de la tan ansiada “democracia” pluripartidista que tenemos en nuestra nación, la cual será seguida muy de cerca por los medios de comunicación, que entre verdades y medias verdades pugnarán por el privilegio de “informar al pueblo”, consolidándose, así, como el cuarto poder y quizás el más fuerte de todos.

Fuentes

Bibliografía

Antillano, Pablo, “La Mediocracia”, en Raúl Trejo Delarbre, *Poderes salvajes*.

Mediocracia sin contrapesos, México, Ediciones Cal y Arena, 2005, p. 18.

Meyer, Lorenzo, “La visión general”, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer, *Una historia*

contemporánea de México, tomo 2 actores, México, Océano, 2005, pp. 15-

33.

Sánchez Ruiz, Enrique E., “Los medios de comunicación masiva en México, 1968-

2000”, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer, *Una historia contemporánea de*

México, tomo 2 actores, México, Océano, 2005, pp. 403-448.

Villar, Samuel I. del, “El voto que cuajó tarde”, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer,

Una historia contemporánea de México, tomo 2 actores, México, Océano,

2005, pp. 35-88.

Hemerografía

Aziz Nassif, Alberto y Ernesto Insunza Vera, “La crisis del modelo electoral

mexicano: financiamiento, medios, instituciones y política social”, en *Foro*

Internacional, Vol. XLVII, núm. 4, México, El Colegio de México, octubre-

diciembre, 2007, pp. 740-789.

Benavente Borjas, Adriana, “La campaña presidencial de Vicente Fox y el modelo

propagandista de comunicación política”, en *América Latina Hoy*, año/vol.

33, España, Universidad de Salamanca, abril, 2003, pp. 101-122.

- Bravo, Jorge, "Medios de Comunicación en México: entre el autoritarismo de Estado y autoritarismo de mercado", en *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, vol. L, número 204, México, Universidad Nacional Autónoma de México, septiembre-diciembre, 2008, pp. 57-75.
- Bravo, Jorge, "Reseña 2006: Hablan las actas. La debilidad de la autoridad electoral mexicana de José Antonio Crespo", en *Revista Mexicana de Ciencias Sociales*, vol. L, núm. 202, México, Universidad Nacional Autónoma de México, enero-abril, 2008, pp. 169-172.
- Díaz Santana, Héctor, "El ejercicio de las instituciones electorales en la manipulación del voto en México", en *Perfiles Latinoamericanos*, número 020, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, junio, 2002, pp. 101-129.
- Emmerich, Gustavo Ernesto, "Las elecciones de 2006 y su impacto sobre la democracia en México", en *EL Cotidiano*, año/vol. 22, número 145, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, septiembre-octubre, 2007, pp. 5- 15.
- Márquez Rodríguez, Martha Alicia, "Televisión y tratamiento de la información político-electoral", en *Revista Mexicana de Ciencias Sociales*, año/vol. XLVI, número 190, México, Universidad Nacional Autónoma de México, enero-abril, 2004, pp. 161-175.
- Monsiváis Carrillo, Alejandro, "La equidad electoral en las entidades federativas: México (1996-2006)", en *Perfiles Latinoamericanos*, Vol. 17, Núm. 33, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, enero-junio, 2009, pp. 7-37.

Mora Heredia, Juan y Raúl Rodríguez Guillén, “Nueva Reforma Electoral: viejos problemas políticos, en *El Cotidiano*, Vol. 23, número 151, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, septiembre-octubre, 2008, pp. 59-73.

Mora Heredia, Juan y Rodríguez Guillen Raúl, “Entre los escándalos mediáticos y la antipolítica”, en *El Cotidiano*, año/vol. 20, numero 127, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, septiembre-octubre, 2004, pp. 85-94.

Robles R., Josefina y Edmar Salinas Calleja, “Balance de la Economía Mexicana (1994-2003)”, en *El cotidiano*, año/vol. 19, número 125, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, mayo-junio de 2004, pp. 78-86.

Robles Villafranco, Citlali, “El papel de los medios de comunicación en las democracias”, en *Andamios. Revista de Investigación Social*, año/vol. 2, numero 003, México, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, diciembre, 2005, pp. 7-21.

Romero M., Miguel Ángel, “De rupturas, reacomodos y desafíos. La coyuntura del 2 de julio del 2000”, en *El Cotidiano*, año/vol. 17, numero 103, México, Universidad de Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco, septiembre-octubre, pp. 63-72.

Wayne A., Cornelius, “La eficacia de la compra y coacción del voto en las elecciones mexicanas del 2000”, en *Perfiles Latinoamericanos*, numero 20, México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, junio, 2002, pp. 11-31.

Fuentes electrónicas

“Comercial ‘López Obrador un peligro para México”, en *Youtube*,
http://www.youtube.com/watch?v=1nEGc7_LeL0. Consulta 14 de febrero de
2011.

“Contestación de AMLO, en *Youtube*,
<http://www.youtube.com/watch?v=avsauCybIL4&feature=related>. Consulta 14 de
febrero de 2011.