

## GEOGRAFIA ELECTORAL Y PROCESO ELECTORAL PRESIDENCIAL EN 2006

*Manuel Ángel Rodríguez*  
*Instituto Internacional de*  
*Estudios Políticos Avanzados*  
*“Ignacio Manuel Altamirano”*  
*Profesor Investigador*  
*Acapulco, Guerrero*  
[marocio@prodigy.net.mx](mailto:marocio@prodigy.net.mx)

### RESUMEN

La elección presidencial de 2006 ha sido la más competida en la historia de México. El país fue dividido por los electores en dos mitades. Geográficamente hablando después del 2 de julio surgieron dos Méxicos: el azul panista en el norte y el amarillo perredista en el sur. En este trabajo analizaremos como se comportaron electoralmente hablando los diferentes conglomerados Territoriales tomando como parámetros para su agrupamiento la población, el índice de desarrollo humano y la marginalidad entre otros.

La historia político electoral de México está plagada de procesos inequitativos, competencia desigual y pocas oportunidades de triunfo por parte de los partidos que se ostentaban de oposición. Aún cuando estas eran las condiciones de la competencia existían diferencias en la fuerza electoral que presentaba el Partido Revolucionario Institucional (PRI) en los diferentes estados y regiones del país.

No podemos negar que se ha logrado un avance democrático y ha quedado atrás ese México que se antojaba decimonónico. La democracia en México ha ganado espacios y tenido avances antes insospechados. La ciudadanía de los órganos electorales y la defensa del voto de manera férrea por parte de los partidos y la sociedad civil le han brindado a México la confianza de que su voto será respetado. Sin embargo esto no sucedió de la noche a la mañana sino que fue un largo proceso. Aunque en el pasado la oposición lograba triunfos esporádicos, ya que otros no le eran reconocidos, que eran la excepción más que la regla, es a partir de 1989 que la democracia moderna avanza en México. A partir de esta fecha no ha existido una elección donde alguno de los partidos haya ganado todos los puestos en disputa. Se inició con los triunfos electorales de la oposición en los municipios, capitales estatales, diputaciones locales, siguiendo con las gubernaturas, diputaciones federales y en el 2000 la Presidencia de la República.

El dos de julio de 2000 fue un día histórico en la república mexicana. No solo se había derrumbado una de las instituciones políticas más sólidas de la época moderna sino que había triunfado un partido que si bien se le habían augurado triunfos mayores no se pensaba que iba a poder tomar “los pinos por asalto”. En los últimos 70 años el PRI había triunfado en todos los procesos electorales para elegir Presidente de la República. De acuerdo a estudios electorales realizados pudimos establecer una regionalización del voto priísta de acuerdo a ciertas variables socio económicas donde a mayor pobreza y/o marginalidad mayor era el voto de este partido. Este comportamiento electoral se explicaba entre otros, por los siguientes aspectos:

- 1- Las condiciones clientelares y en ocasiones caciquiles que se imponían en estas regiones.

- 2- Las condiciones socio económicas que los mantenía en esa condición de dependencia (analfabetismo, hacinamiento familiar, bajo ingreso económico o desempleo, localidades pequeñas y sin servicios básicos como lo son el agua, drenaje, electricidad, etc.) los hacían fácil presa de la coacción o la amenaza para que depositaran su voto en determinado sentido.
- 3- La urgente necesidad de apoyos gubernamentales (tortibonos, abono y semillas para la siembra, láminas de cartón para su vivienda, agua para sus cultivos, etc.) no les permitían emitir un voto verdaderamente libre.

Sobre sus cabezas pendía la espada del retiro de estos apoyos en caso de votar por un partido diferente al que sostenían las oficinas gubernamentales que les proveían de los paliativos para su supervivencia.

### **Prolegómenos de la contienda electoral presidencial 2006**

El pasado proceso electoral para Presidente de la República en México ha sido la elección más competida que se halla celebrado en cualquier parte del mundo. Mexico estuvo en vilo 48 horas esperando saber quién sería su nuevo presidente. Para finalmente conocer que de acuerdo a los resultados emitidos por el Instituto Federal Electoral (IFE) había triunfado Felipe de Jesús Calderón Hinojosa por 0.57% de los votos depositados.

Para poder analizar y comprender esta elección por demás controvertida y llena de sorpresas es necesario remontarnos al desempeño de los tres principales partidos en el período 2001 – 2005. Durante este período se realizaron elecciones para elegir gobernador, diputados estatales y presidentes municipales en prácticamente todos los estados de la república.

#### **VOTOS OBTENIDOS POR PARTIDO EN EL ÁMBITO ESTATAL 2001 - 2005**

	2001	2002	2003	2004	2005
PRI	43.4	44.5	35.7	45.4	46.4
PAN	30.1	22.1	34.6	28.5	20.5
PRI/PAN	0	0	0	6.7	0
PRD	18.2	22.2	19.5	14.7	28.5
OTROS	8.3	11.3	10.2	4.7	4.6

En estos cinco años el Partido Revolucionario Institucional obtuvo el primer lugar en votación obtenida fluctuando entre 35.7 y 46.4 % durante el periodo 2003 – 2005. En estos tres años en los procesos electorales celebrados el PRI triunfó en:

- 1- 69.56 % de las elecciones de gobernador.
- 2- 50.22 % de las elecciones para presidente municipal.
- 3- 42.20 % de los diputados estatales electos.

#### 4- 54 % de las capitales de los estados.

Partiendo de estos resultados el PRI era un partido triunfador y debería ser un fuerte aspirante a la presidencia de la república. El Partido Acción Nacional (PAN) ocupaba un discreto segundo lugar y solo en 2003 era una amenaza para el PRI cuando se acercó al 1.1 % del Revolucionario Institucional. El Partido de la Revolución Democrática (PRD) ocupaba un lejano tercer lugar sin presentar una real competencia para ninguno de estos dos partidos exceptuando en el 2005 donde ocupa el segundo lugar. Este incremento, cuando duplica su votación en relación al año anterior, fue resultado de haber triunfado en la elección de gobernador, en la mayoría de las elecciones para elegir presidencias municipales y en la mayoría para la Cámara de Diputados en el estado de Guerrero. Este cuadro estaba muy lejos de lo que sucedería durante el proceso electoral presidencial.

La contienda electoral para la elección de presidente de México comenzó a los pocos meses de haber tomado posesión como presidente Vicente Fox Quesada. Desde el momento en que Andrés Manuel López Obrador (AMLO) triunfó en la capital de la república (en la elección de Jefe de Gobierno) se convirtió en pre candidato del PRD de manera natural. Aunque hubieron intentos de otros líderes partidarios<sup>1</sup>, sobre todo de Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, por ostentar la candidatura la militancia perredista ya había mostrado sus preferencias por López Obrador y fue el candidato del Sol Azteca sin mayores obstáculos.

En el PRI Roberto Madrazo Pintado mostró interés por ser el abanderado del tricolor<sup>2</sup>. En su ruta hacia la candidatura presidencial tuvo que enfrentar liderazgos muy fuertes como el de Enrique Jackson Ramírez, líder del Senado, Arturo Montiel Rojas, ex gobernador del Estado de México<sup>3</sup>, Miguel Alemán Velasco, ex gobernador de Veracruz e hijo del ex presidente Miguel Alemán Valdés y Manuel A. Núñez Soto, ex gobernador de Hidalgo.

En el PAN aspiraron a la candidatura presidencial, además de Felipe de Jesús Calderón Hinojosa<sup>4</sup>, Francisco Javier Barrios Terrazas, ex gobernador de Chihuahua y Diputado Federal, y Santiago Creel Miranda ex Secretario de Gobernación y candidato derrotado en su aspiración a Jefe de Gobierno de la Ciudad de México. Aunque era vox populi que Creel era el candidato de Fox y de un grupo con influencia en las estructuras panistas, Calderón se levantó con la victoria logrando ser el candidato del albiazul.

Desde el inicio del sexenio López Obrador encabezó las simpatías ciudadanas. Es justo decir que por lo menos por cuatro años fue prácticamente el único pre candidato visible, aunque él decía que lo dieran por muerto, por la gran aceptación que tenía dentro del PRD. En los demás partidos las simpatías estaban divididas lo que no les permitía buscar los reflectores abiertamente. En estas condiciones para AMLO no fue difícil encabezar las preferencias por dos razones:

- 1- Era Jefe del Gobierno de la capital del país lo que le permitía buscar los reflectores sin ser señalado de protagonismo y actuaba como pre candidato.
- 2- Los partidos opositores al PRD tenían divididas sus preferencias.

Cuando fueron depurándose las listas de pre candidatos de los diferentes partidos y fueron definiéndose más claramente quienes podrían ser las opciones reales, en esa misma medida, fueron distribuyéndose las simpatías. Sobre todo del 49 % de los posibles electores que no tenían preferencia partidaria definida<sup>5</sup>. Fue así como se fue cerrando la competencia electoral para la presidencia de la república y se llega a una semana antes de la elección con nueve encuestas de empresas conocidas, donde cinco presentan como vencedor a Andrés Manuel López Obrador, tres a Felipe Calderón Hinojosa y una que señala que habría empate<sup>6</sup>.

Las diferencias en las preferencias electorales entre uno y otro candidato no eran amplias, en su mayoría, fluctuaban entre 2 y 3 % con un margen de error de  $\pm 2$  %. Se preveía una elección sumamente cerrada. En el mejor de los casos, con estos porcentajes de diferencia, lo que se podía esperar era el triunfo de Calderón o López Obrador por el 1 % o en el peor de los resultados por menos de 1<sup>7</sup> % donde lo más que se pudiese decir era que la diferencia era tan estrecha que no se podía señalar un triunfador.

#### Elecciones simultáneas

El 2 de julio además de la elección presidencial se realizaron elecciones para elegir gobernador, presidentes municipales y diputados en los estados de Morelos, Jalisco, Guanajuato y el Distrito Federal<sup>8</sup>. Para diputados y Presidente Municipal en los estados de Colima, Campeche, Nuevo León, Sonora, Querétaro y San Luis Potosí<sup>9</sup>. También se eligieron los diputados y senadores federales.

De los cuatro estados que hubo elección para gobernador triunfaron los candidatos del PAN en tres<sup>10</sup>. Se disputaron 291 presidencias municipales obteniendo el triunfo el albiazul en 46.39<sup>11</sup> % de estas quedando en segundo lugar el PRI<sup>12</sup>. Se eligieron 230 diputados estatales de los cuales el 64 % fueron electos los candidatos panistas y en un discreto segundo lugar quedó el tricolor<sup>13</sup>. Los mejores resultados electorales que obtuvo el PAN fueron en las elecciones de diputados en Jalisco y Guanajuato donde obtuvo el 100 % de los puestos en disputa. El PRI obtiene sus mejores porcentajes en Sonora y Campeche donde obtiene el 66 % y el PRD en Morelos con el 61 % de los diputados electos.

A diferencia de 2005 cuando el tricolor triunfó de manera contundente en este nivel de gobierno en menos de un año el PAN logró ocupar su lugar. El PRD que disputó la elección presidencial palmo a palmo tuvo una discreta votación en las elecciones en los estados. De diez entidades en que se celebraron elecciones locales en siete de ellas no obtienen ni siquiera un segundo lugar en la votación. En dos obtiene mayoría de votos y en una si bien gana la mayoría de las presidencias municipales en disputa pierde la elección para gobernador. Sólo en estas tres últimas triunfa su candidato a presidente de la república.

#### Como se construyo el triunfo panista

Cuando el PRI fue derrotado en el 2000 por Vicente Fox Quesada y el PAN con su slogan del cambio, la ciudadanía pensó que esto incluía el aspecto político electoral. El pasado proceso electoral dista mucho de esto. Si bien es cierto que no vimos un burdo manejo de los fondos públicos

ni las movilizaciones por parte del gobierno a favor de un candidato no dejó de haber un respaldo sutil, subliminal y efectivo a favor de Felipe de Jesús Calderón Hinojosa<sup>14</sup>.

Esto a pesar de que el Instituto Federal Electoral aprobó el 19 de febrero de 2006 un acuerdo donde se limitaban las actividades de campaña electoral que los servidores públicos podían realizar. No podían:

- 1- Asistir en días hábiles a cualquier evento, acto público, gira, mitin partidista o de campaña.
- 2- Condicionar la entrega de obra o recursos de programas gubernamentales a cambio de promesas del voto a favor del candidato o partido.
- 3- Realizar dentro de los 40 días naturales a la jornada electoral o durante la misma cualquier tipo de campaña publicitaria de obra pública o de promoción de imagen personal del servidor público; y
- 4- Emitir a través de cualquier discurso o medio publicitario expresiones de partido<sup>15</sup>.

Durante los primeros meses del 2006 el número de promocionales ensalzando la obra de Vicente Fox Quesada e instando a continuar la política nacional para conservar lo logrado se incrementaron de manera desproporcionada. En enero fueron emitidos 8,484 spots, en febrero se incrementaron a 77,803 y para abril ya eran 156,177 los que la presidencia de la república emitía. En cuatro meses se incrementaron los mensajes a favor de la obra de gobierno realizada en 1,841 %. Un estudio realizado por la empresa Verificación y Monitoreo entre el 15 de enero y el 15 de mayo de 2006 arroja que la presidencia de la república gastó 1,709 millones de pesos en la emisión de 462 mil spots de radio y televisión<sup>16</sup>. Durante el proceso de campaña electoral el ramo 23 correspondiente al de Provisiones Salariales y Económicas pasó de 215.4 millones de pesos a 11,720 millones para tener un aumento de 5,341 %<sup>17</sup>. Pretendiendo con esto favorecer al Partido Acción Nacional y su candidato en la elección de presidente de la república<sup>18</sup>. Documentos internos del Grupo Parlamentario del PAN, oficios de legisladores de este partido enviados a funcionarios federales y denuncias por desvío de recursos señalan que 1,300 millones de pesos fueron destinados para la desarticulación de organizaciones del PRI y el PRD para el fortalecimiento de agrupaciones cercanas a los panistas<sup>19</sup>.

El presidente Fox y su gabinete incrementaron sus viajes por los estados. Durante los primeros cuatro meses del 2006 el primer mandatario incrementó sus viajes en un 62 % en relación al 2005 para promover su gestión de gobierno. Los secretarios de gobierno y los delegados federales realizaron foros de información denominados “El Gobierno del Cambio Cumple: los 8 Grandes Logros de la Democracia”, para dar a conocer las acciones de gobierno logradas. Buscando con esto favorecer la campaña de Calderón. En voz de José Luis Luege Tamargo, Secretario de Medio Ambiente y Recursos Naturales, que el 18 de mayo reconoció “que la campaña de información de los logros del Gobierno busca “que la gente pueda discernir entre los distintos candidatos a la Presidencia<sup>20</sup>.

Como hemos señalado anteriormente el gobierno panista hizo uso de los recursos públicos al mejor estilo priista para promocionar las reuniones “informativas” de los secretarios de gabinete, la creación ficticia de una sensación de bienestar económico y la coordinación de las campañas del gobierno federal y la de su candidato presidencial para favorecer a este último. Fue una campaña al más estilo moderno: una campaña mediática. Durante la misma no se apeló a la inteligencia sino a la emoción, al miedo, la inseguridad, la insatisfacción, el odio y el racismo<sup>21</sup>. Y elemento importante en esta campaña lo fue por primera vez abiertamente la iniciativa privada<sup>22</sup>.

A través del Consejo Coordinador Empresarial, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión así como empresas particulares se invirtieron 200 millones de pesos dirigidos a desacreditar a Andrés Manuel López Obrador y generando temor a la población ante un eventual triunfo de este<sup>23</sup>. Las empresas Jumex y Sabritas emitieron spots donde se promovía la asistencia a votar el 2 de julio fecha de la elección presidencial. En la primera de éstas se utilizaban los colores del PAN y en la segunda se usaba el slogan de Felipe Calderón “por las manos limpias”. El grupo INFRA repartió entre sus empleados un DVD con un mensaje donde se promocionaba el voto a favor de Felipe Calderón y se les invitó asistir a la reunión donde se señalaron los “defectos” de López Obrador y las “virtudes” de Calderón. Dulces La Rosa y la empresa Coppel optaron por los medios impresos para promocionar al candidato del PAN. En la primera de estas Germán Michel a través de una revista de circulación interna de la empresa llamó a votar por Calderón señalando que era la opción que le parecía más adecuada. El segundo lo hizo a través de su periódico de ofertas que la empresa distribuye en el ámbito nacional. No sintiéndose satisfecho con esta acción Enrique Coppel Luken envió una carta a todos sus empleados vía correo electrónico invitándoles a votar y convencer a familiares y amigos a que lo hicieran por Felipe Calderón. Al mejor estilo del “Antique Regime” la empresa ALSEA<sup>24</sup> presionó a sus trabajadores a que sufragaran a favor de Felipe Calderón.

El artículo 48 del COFIPE fue letra muerta en este proceso electoral. A pesar de que señala claramente que en “ningún caso se permitirá la contratación de propaganda de radio y televisión a favor o en contra de algún partido político o candidato por parte de terceros”<sup>25</sup>. Como se ha demostrado líneas arriba esto sucedió de manera abierta y reiterativa.

### **Regiones y elección presidencial 2006**

Si revisamos la geografía electoral en México encontraremos que los partidos tienen estados donde obtienen sus mejores votaciones históricamente. Entidades donde existen condiciones dadas para que su discurso y oferta política tengan aceptación<sup>26</sup>.

La distribución electoral en México tiene relación con las condiciones socio económicas. Cuando observamos el mapa de los resultados de la elección presidencial de 2006 encontramos que los estados de mejor condición económica lo hicieron por el PAN y aquellos de mayor marginación y pobreza le otorgaron el voto al PRD. No debemos olvidar que el 65 % de los estados en México están considerados como de Muy Alta, Alta y Media Marginación y de estos el Sol Azteca triunfó en el 100 % de los primeros, en el 56 % de los segundos y en el 50 % de los terceros. Haciendo un análisis poblacional de las zonas marginadas encontramos que el 63.67 % en estos estados depositaron su voto a favor del PRD. Cuando lo hacemos a través de los distritos el PAN obtiene el

triunfo en el 50.84 % de estos superando al PRD por el 1.34 % de estos. Lo que nos lleva a señalar que mientras el PRD triunfa en los distritos con más receptores de beneficios sociales el PAN triunfa en aquellas de mejores condiciones económicas.

El PAN triunfó en aquellos distritos electorales (58.23 %) que se encuentran en los estados con menos marginación. Mientras el PRD triunfó en un mínimo de estos (41.77 %) aunque representan una población beneficiaria con programas sociales mayor (58.65 %) a lo que representa el PAN (41.35 %). En las entidades con importantes índices de marginación el PAN obtiene el 58.56 % de distritos electorales ganados. El PAN representa en población beneficiada el 50.74 % frente a un 49.26 % del PRD.

El PRD triunfó en el 62 % de los distritos que se encuentran en las entidades con mayor índice de marginación. Representando el 75 % de la población total de los que viven en estos estados. En dichas entidades se aplicaron el 52.8 % de los programas sociales.

A pesar del PRD tener un desempeño tan pobre en los procesos electorales locales, tanto los celebrados durante el sexenio como los celebrados de manera simultánea con las federales el 2 de julio de 2006, sus triunfos estatales en la elección de presidente de la república representan el 54.7 % de la población nacional y el 51.8 % del Producto Interno Bruto de México. En comparación con la elección presidencial del 2000 el PRD incrementó su votación global en un 17.15 % y el PRI y el PAN perdieron el 14.50 % y 4.85 % respectivamente. El Sol Azteca tuvo un incremento porcentual en todos los estados y el tricolor fue el único partido que perdió votos en todos los estados.

Usando la división territorial que realizó la Fundación Rosenblueth en la elección presidencial de 2000 el PRD triunfó en las regiones donde las ciudades eran pequeñas<sup>27</sup>, municipios semi urbanos y rurales<sup>28</sup>. Mientras que el PAN triunfó en aquellas regiones que las ciudades eran medianas<sup>29</sup>, se consideran grandes<sup>30</sup> y las metrópolis<sup>31</sup>. Cuando analizamos los resultados obtenidos en cada una de estas regiones<sup>32</sup> el PAN aventaja globalmente al PRD por el 20.43 %.

## CONCLUSIÓN

El desenlace del periodo sexenal del 2000 – 2006 fue uno lleno de sorpresas. No solo por los resultados de la elección presidencial sino porque el partido que durante todos los procesos locales estuvo cosechando triunfos no logró tener mayoría de votos ni en un estado. Y el PRD que no figuró ni de lejos en las elecciones durante esos seis años disputo palmo a palmo la presidencia de la república.

Andrés Manuel López Obrador logró lo que ningún otro candidato identificado con la izquierda mexicana había soñado: ser reconocido como un posible triunfador en la disputa por la presidencia de la república. Tal vez el ser en un principio de la contienda el candidato a derrotar lo hizo sentirse invencible. Cosa que explotaron los medios de comunicación llamándolo el enviado, el iluminado, el Mesías entre otros adjetivos. Esta visión de superioridad frente a sus adversarios políticos lo llevo hacer caso omiso de sus asesores de campaña y de los diferentes escándalos de fraude y corrupción dentro de su administración. Si bien evitó ser identificado con esa conducta lo hizo

aparecer como un líder falto de carácter que no enfrentaría a los que actuaban de manera ilegal dentro de su gobierno de ser electo.

La obtención de López Obrador de su caudal de votos más importante en los estados de mayor pobreza es un mensaje claro al PAN y a los que promueven la actual política económica. Señalaron sin duda ni ambages su desacuerdo con lo que sucedió en los últimos seis años en la administración de Vicente Fox Quesada.

El PRD que había disputado desde sus inicios un mismo sector del electorado con el PRI logró en esta elección quitarle el liderato al tricolor entre las clases más desprotegidas. Estos estados que sufragaban a favor del PRI hasta la elección del 2000 buscaron cobijo electoral bajo el partido que entendieron los representaba mejor.

El PRI fue el gran perdedor en la elección presidencial del 2000. El PRD creció electoralmente a su costa y el PAN logró retener la presidencia de la república también por este.

Andrés Manuel López Obrador logró sumar un grupo importante de líderes del Revolucionario Institucional los cuales la aportaron un caudal importante de votos. Esta estrategia le fue favorable a López Obrador de manera parcial. Tuvo un incremento de voto sustancial pero a costa de que los perredistas de larga militancia se alejaran. Sobre todo porque a cambio los nuevos perredistas, ex priistas recién llegados, lograron negociar candidaturas que los militantes perredistas entendían les pertenecían. Para lograr el triunfo era necesario incrementar la votación pero sin perder simpatizantes.

Sin embargo el PAN sumo a su electorado tradicional una parte del electorado del PRI obtenido mediante programas sociales asistencialistas y los que a través de Elba Esther Gordillo esta le acercó que sustituyeron a los electores que sufragaron a favor de Fox en el 2000. A pesar de esto el abstencionismo en 2006 superó al de la anterior elección presidencial en un 4.8 %. El albiazul pudo conjugar la llegada de electores identificados con el tricolor sin perder a su electorado de siempre. Muy posiblemente porque en este partido no figuraron ni en lugares de pre eminencia ni en las candidaturas.

PORCENTAJES POR ESTADO DEL PRI 1964 – 2006 (ELECCIONES PRESIDENCIALES)<sup>33</sup>

Porcentajes	20 – 29.9	30 39.9	40 – 49.9	50 – 59.9	60 – 69.9	70 – 79.9	80 – 89.9	90 - 100	
Años	0	0	0	0	0	0	0	0	
1964	0	0	0	0	0	15.62	21.87	62.50	
1970	0	0	0	0	3.12	12.50	37.50	46.87	
1976	0	0	0	0	3.12	0	25	71.87	
1982	0	0	3.12	9.37	12.50	34.37	31.25	9.37	
1988	9.37	6.25	9.37	21.87	37.50	12.50	3.12	0	
1994	0	0	43.75	53.12	3.12	0	0	0	
2000	6.25	53.12	37.50	0	3.12	0	0	0	
2006	59.37	15.62	0	0	0	0	0	0	



---

<sup>1</sup> Amalia García Medina gobernadora de Zacatecas y Ricardo Monreal Ávila ex gobernador de Zacatecas, ex líder del PRI, que fue después coordinador de la campaña presidencial de Andrés Manuel López Obrador.

<sup>2</sup> Roberto Madrazo Pintado para la elección presidencial del 2000 aspiró a ser candidato presidencial por el PRI siendo derrotado por Francisco Labastida Ochoa. Que fue derrotado en la elección constitucional por Vicente Fox Quesada candidato del PAN.

<sup>3</sup> Renunció a sus aspiraciones en medio de un escándalo de nepotismo y corrupción.

<sup>4</sup> Sus aspiraciones presidenciales le valieron una reprimenda pública del Presidente Vicente Fox Quesada y se vio obligado a renunciar a la Secretaría de Energía de la cual era su titular.

<sup>5</sup> El 51 % de los posibles electores ya habían decidido su voto antes de iniciar la campaña electoral presidencial identificándose como lo que se conoce como voto duro. Para identificar este voto de manera científica se toma el número de votos obtenidos por cada partido en los procesos electorales del último año. Esto sería por lo menos la cantidad de simpatizantes que votarían por ese partido en cualquier circunstancia y al acumular esos votos mínimos para cada sección tendremos el número de votos “garantizados” por cada partido a nivel nacional. De igual manera realizamos un análisis de los porcentajes superiores obtenidos en cada sección electoral y al acumular esos votos máximos tendremos el techo electoral de cada partido. De los tres partidos principales el PRI tenía antes de la elección presidencial el mayor porcentaje de voto duro seguido por el PRD y el PAN.

<sup>6</sup> A López Obrador lo dieron por ganador en el proceso electoral del 2 de julio de 2006 las encuestas de las siguientes empresas: Mitofsky, y CEO le dieron tres puntos de diferencia; María de las Heras le dio cinco puntos y los periódicos Reforma y El Universal le otorgaron dos puntos a su favor. A Calderón Hinojosa lo dieron por triunfador GEA / ISA por dos puntos; ARCOP le otorgó cinco puntos de diferencia y Consultores en Marketing Político 3 %. BGC, Ulises Beltrán y asociados señaló que habría un empate a 34 % entre Calderón Hinojosa y López Obrador.

<sup>7</sup> Que fue el escenario que se vivió cuando Felipe de Jesús Calderón Hinojosa obtuvo, de acuerdo al IFE, el 0.57 % de la votación depositada.

<sup>8</sup> En el caso del Distrito Federal se ha equiparado el puesto de Jefe de Gobierno con el de Gobernador y el de Jefe Delegacional con el de Presidente Municipal.

<sup>9</sup> De las presidencias municipales en disputa el albiazul triunfó en 44.97 %, el PRI en 35.91 % y el PRD en 14.43 %. El PAN obtuvo el 64 % de los triunfos de diputados locales electos, el PRI el 31.02 % y el PRD 4.88 %. Los mejores resultados electorales que obtuvo el PAN en las elecciones de Diputados fue en Jalisco y Guanajuato donde triunfo en el 100 % de los distritos. El PRI obtiene sus mejores porcentajes en Sonora y Campeche donde obtiene el 66 % y el PRD en Morelos con el 61 %. En las presidencias municipales el PAN obtiene en Guanajuato el 78 %, el PRD en el Distrito Federal el 80 % y el PRI en Nuevo León con un porcentaje similar.

<sup>10</sup> En el Distrito Federal triunfó el PRD y en los estados de Jalisco, Guanajuato y Morelos triunfó el PAN.

<sup>11</sup> Aunque le adjudicamos el triunfo a alguno de los partidos principales en ocasiones estos fueron obtenidos coaligados a otro (s) partido (s) como lo fueron: Partido Verde de México, Nueva Alianza, Partido Conciencia Popular y/o Convergencia.

<sup>12</sup> El PRI obtuvo el 35.91 % de las presidencias municipales y el PRD el 14.43 %.

---

<sup>13</sup> El PRI obtuvo el 31.02 % de los diputados electos y el PRD el 4.88 %.

<sup>14</sup> Jorge Meléndez “[...] como alguna vez escribiera el maestro Augusto Monterroso, el dinosaurio no se ha ido: cambio de color, de tricolor se convirtió en azul, y si bien no hizo una elección de Estado, avaló una elección impúdica, falsa, inequitativa, digna de los zares soviéticos”. Sosa Plata, Gabriel, (agosto – septiembre de 2006), “Investigadores y periodistas analizan la tarea de los medios frente a los comicios: Debatiendo la difusión electoral”, **Revista Mexicana de Comunicación**, p. 20.

<sup>15</sup> Steinou Madrid, Javier, (agosto – septiembre 2006), “La fuerza del proselitismo presidencial: Golpe mediático”, **Revista Mexicana de Comunicación**, p. 60.

<sup>16</sup> Camacho, Oscar y Alejandro Almazán, (2006), **La victoria que no fue, López Obrador: entre la guerra sucia y la soberbia**, México, Grijalbo, p. 91; [...] se comprobó que tan solo en los primeros cuatro meses y medio de 2006, la Presidencia de la República gastó mil 710 millones de pesos para difundir más de 456 mil 137 spots para promocionar las obras realizadas por el Gobierno Federal durante su periodo”. Steinou, **Op. Cit.**, p. 50; “Fox no entendía ni escuchaba. Estaba obsesionado. Llegó a tal punto su desmesura que fue necesaria la intervención de la Suprema Corte, del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación y del mismo IFE, para que frenara un tanto sus discursos y spots en medios impresos y electrónicos”. Camacho, **Op. Cit.**, p. 96.

<sup>17</sup> Steinou, **Op. Cit.**, p. 51

<sup>18</sup> Como en los capítulos negros del PRI, el gobierno foxista echó mano de una diversidad de programas sociales para comprar o inducir el voto a favor de Calderón. Camacho, **Op. Cit.**, p. 98; Steinou, **Op. Cit.**, p. 50.

<sup>19</sup> Camacho, **Op. Cit.**, p. 98 - 99; Informe por el Diputado Federal Jorge Luis Preciado Rodríguez... Principales logros y avances en programas federales “...Una prueba de que estos programas tienen un interés político, es la aseveración del diputado Preciado Rodríguez de que se apoyó al sector cañero con 5.8 millones de pesos, y de que “logramos que poco más de siete mil productores de caña de azúcar se incorporaran a asociaciones afines al PAN”. Camacho, **ibid.**, p. 99; (Arnulfo) Montes Cuen revela que con su ayuda... el PAN logró formar veintidós organizaciones sociales: “Todos sus integrantes están en los padrones de Sedesol y Sagarpa, pero se manejan como independientes. Estas organizaciones son utilizadas y estamos hablando de miles de millones de pesos que se están usando para el proceso electoral. Alguien está manejando por ahí que ésta es una elección de Estado, y efectivamente, se está dando así”. **ibid.**, p. 100; “[...] la Secretaría de Desarrollo Social anunció a los cuatro vientos, un importante programa destinado a apoyar a los cuatrocientos municipios más pobres del país – trescientos de los cuales se encuentran en Oaxaca --, los habitantes de Santo Domingo Tejomulco y Santiago Xochiltepec pudieron haberse beneficiado de estos apoyos -- que nunca llegaron -- porque el pomposo programa social beneficia prioritariamente a los seguidores del PAN”. Arenas, Rebeca, (2006), **La democracia en juego**, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Azcapotzalco, p. 137.

<sup>20</sup> Camacho, **Op. Cit.**, p. 96 - 97

<sup>21</sup> El equipo de estrategia de Calderón articuló su campaña con base en la generación de miedo entre la población, la cual les resultó muy efectiva”. Valdez Cepeda, Andrés, (agosto – septiembre de 2006), “El PAN se apegó a los principios de una mercadotecnia sui generis: Campaña de contrastes”, **Revista Mexicana de Comunicación**, p. 31.

---

<sup>22</sup> “El Centro de Liderazgo y Desarrollo Humano (Celiderh), organización que recibe beneficios de la Confederación Obrera Patronal de México es la que promovió los spots, en el sentido de vincular a AMLO con el presidente Hugo Chávez”. Camacho, **Op. Cit.**, p. 65.

<sup>23</sup> “[...] se ligaba a AMLO con el presidente de Venezuela, Hugo Chávez y se le señalaba como un “peligro para México”. [...] las clases medias y altas de la sociedad que son las que más temen perder su estabilidad y seguridad económica optaron por apoyar al candidato que les prometía su estabilidad económica continuando con las actuales políticas”. Valdez Cepeda, **Op. Cit.**, p. 31.

<sup>24</sup> Alsea es un conglomerado de negocios donde se encuentran Domino’s Pizza, Starbucks Coffee, Burger King, Popeye’s Chicken and Seafood y Chili’s.

<sup>25</sup> “El artículo 48 del Cofipe, fracción primera dispone... “En ningún caso se permitirá la contratación de propaganda de radio y televisión a favor o en contra de algún partido político o candidato por parte de terceros”. Proceso Núm. 1551, 23 de julio de 2006; Martínez, Omar Raúl, (agosto – septiembre de 2006), “Cobertura periodística y difusión de spots: Comunicación y elecciones”, **Revista Mexicana de Comunicación**, p. 61.

<sup>26</sup> Si revisamos los procesos electorales presidenciales vamos a encontrar que independientemente de los porcentajes, triunfos o derrotas que obtuviese el PRI han existido regiones que han mantenido su tendencia electoral. En los años de gloria política estados del sureste (Guerrero, Chiapas, Quintana Roo y Campeche) le otorgaban al tricolor porcentajes del 92 al 99 % de la votación depositada. Mientras que en ese mismo periodo los estados de Baja California y Baja California Sur eran los que más bajo porcentaje electoral obtenía el PRI. De igual manera cuando el tricolor inicia su declive electoral es en Baja California donde primero es derrotado en una elección importante: la elección de gobernador. Y cuando es derrotado en la elección presidencial del 2000 en los estados del Sureste, a pesar del descalabro electoral, mantiene sus mejores porcentajes para esa elección.

<sup>27</sup> Ciudades pequeñas son consideradas aquellas que tienen de 30 mil a 199, 999 habitantes.

<sup>28</sup> Los municipios semi urbanos son aquellos de menos de 30 mil habitantes y su cabecera tiene más de 5 mil.

<sup>29</sup> Las ciudades medianas son aquellas de 120 mil a 449, 999 habitantes.

<sup>30</sup> Las ciudades grandes son aquellas de más de 450 mil habitantes.

<sup>31</sup> Son consideradas metrópolis la Ciudad de Mexico, Guadalajara y Monterrey.

<sup>32</sup> Mientras el PRD aventaja al PAN en las ciudades pequeñas por 4.05 %; en los municipios rurales por 14.33 % y en los municipios semi urbanos por 4.97 % el PAN aventaja al PRD en las ciudades grandes por 10.37 %; en las ciudades medianas por 0.53 % y en las metrópolis por 32.88 %.

<sup>33</sup> Los porcentajes de 1964 – 2000 representan el porcentaje obtenido por estados en relación a todos los triunfos obtenidos por el PRI. Ya que en 2006 no triunfó en ningún estado ese año representa el porcentaje obtenido por el PRI en los estados. En 2006 el PRI obtuvo entre 0 y 9.9 % y entre 10 – 19.99 en el en el 3.12 y 21.87 de los estados de la república mexicana respectivamente.