



Universidad Autónoma Metropolitana
Unidad Iztapalapa

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y
HUMANIDADES**

MAESTRÍA EN ESTUDIOS SOCIALES

LÍNEA PROCESOS POLÍTICOS

T E S I S

**Mecanismos de vinculación con la sociedad del Partido Acción
Nacional en el proceso electoral de 2006.**

PRESENTA

Mario Alberto Huaracha Alarcón.
(Matricula: 204382375)

ASESORA

Dra. Tania Hernández Vicencio.
(Dirección de Estudios Históricos, Instituto Nacional de Antropología e Historia)

JULIO DE 2007

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	V
------------------------	----------

PRESENTACIÓN	1
---------------------	----------

CAPÍTULO 1.

MECANISMOS DE VINCULACIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS CON LA SOCIEDAD

INTRODUCCIÓN	11
1.1 NATURALEZA Y ROL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.	12
1.1.1 Interpretaciones del origen de los partidos.	12
1.1.2 El contexto y sus implicaciones en el funcionamiento de los partidos.	16
1.2 MECANISMOS DE VINCULACIÓN SOCIAL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.	18
1.2.1 La estructura organizativa como mecanismo de vinculación social.	18
1.2.2 Las funciones como mecanismo de vinculación social.	24
1.3 EVOLUCIÓN PARTIDARIA Y CAMBIO EN LOS MECANISMOS DE VINCULACIÓN SOCIAL.	31
1.3.1 Mecanismos de vinculación social en contextos de alta competitividad electoral.	36
1.3.2 La adopción de nuevos mecanismos de vinculación social y sus implicaciones en el funcionamiento actual de los partidos.	42
CONCLUSIÓN	48

CAPÍTULO 2.
EL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL Y SU ADAPTACIÓN A UN CONTEXTO
DE ALTA COMPETITIVIDAD ELECTORAL

INTRODUCCIÓN	50
2.1 TRANSFORMACIÓN DEL SISTEMA DE PARTIDOS EN MÉXICO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LOS PARTIDOS DE OPOSICIÓN.	51
2.1.1 Los partidos de oposición en el sistema de partido hegemónico.	54
2.1.2 Crisis y transformación del sistema de partido hegemónico.	56
2.1.3 La competitividad de los partidos de oposición.	60
2.2 LA TRANSFORMACIÓN DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL Y SU VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD.	62
2.2.1 La fundación del PAN: características y objetivos.	63
2.2.2 La transformación organizativa del PAN.	66
2.2.3 Institucionalización y vinculación social.	69
2.2.3.1 La función electoral como mecanismo de vinculación social.	71
2.2.3.2 La estructura de gobierno como mecanismo de vinculación social.	75
2.3 LOS MECANISMOS INFORMALES DE VINCULACIÓN SOCIAL DEL PAN.	78
2.3.1 Las organizaciones católicas.	79
2.3.2 Las organizaciones civiles.	83
2.3.2.1 Organizaciones de derecha extrema.	83
2.3.2.2 Las organizaciones empresariales.	86
2.3.3 Las redes electorales.	90

CONCLUSIÓN	95
------------	----

CAPÍTULO 3.

EL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL Y SUS MECANISMOS DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD EN EL PROCESO ELECTORAL DE 2006

INTRODUCCIÓN	97
3.1 EL PROCESO ELECTORAL DE 2006.	98
3.1.1 El proceso de selección del candidato.	99
3.1.2 El equipo y la estrategia territorial del candidato.	102
3.2 MECANISMOS DE VINCULACIÓN FORMALES.	107
3.2.1 La Secretaría de Vinculación Social (SVS) como mecanismo de vinculación con la sociedad del PAN.	115
3.2.1.1 Estrategias de vinculación con la sociedad de la SVS.	122
3.2.2 La SVS en el proceso electoral.	125
3.3 MECANISMOS DE VINCULACIÓN INFORMALES.	129
3.3.1 La estrategia del candidato como mecanismo de vinculación social.	129
3.3.1.1 Redes por México	129
3.3.1.2 Gran Alianza Ciudadana	141
3.3.2 La estructura de gobierno como mecanismo de vinculación social.	148
3.3.2.1 Programa de Capacitación en Programas Federales.	148
3.3.2.2 Sinergia.	152
3.3.3 Otros mecanismos informales de vinculación social de la campaña presidencial.	155
3.3.3.1 Alianzas con personajes.	155
3.3.3.2 Medios de comunicación.	158

	IV
CONCLUSIÓN	159
COMENTARIOS FINALES	163
ANEXO METODOLÓGICO	168
FUENTES CITADAS	174

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (*CONACyT*) y a la Universidad Autónoma Metropolitana (*UAM*), por el financiamiento otorgado para la realización de esta investigación.

A Martha, Gonzalo y Marisol.

A la Dra. Tania Hernández Vicencio (*DEH-INAH*).

A los que en distintos momentos y de distintas formas, contribuyeron voluntaria e involuntariamente en este proyecto: Dr. Miguel Ángel Barrón (*UAM-A*), Alejandro Gallegos (*UAM-I*), Dr. Pablo Vargas (*UAEH*), Olga Rocío Díaz (*UAM-I*), Enrique López Rivera (*UAM-I*), Vanessa Góngora (*UAM-I*), David Raya, Enrique “El Agüelo” Camacho, José Alberto Martínez, Guillermina Torres, Oscar Robles, Chucho Delgado, Rubén Montiel (*CUEC-UNAM*), Joaquina Flores (*CINVESTAV-IPN*), Eduardo Carrillo (*FC-UNAM*), Rodrigo Badillo-Cosío (*El Imparcial de México*), Ariz Guerrero (*ENAH*), Rafael y Vanessa Ramírez (*UDM*), Efraín Delgadillo (*GP-PRD, LX Legislatura*), Sergio Prudencio (*UIA*), Carlos Aguirre (*Econométrica*), Richard García (*CETE-SEP*), Edgar Cervantes (*DGTVE-SEP*), Gilberto Huaracha, Pablo Reyes Castillo, Cristina Sierra, Rubí Martínez, Rubén Rincón y todo el equipo de Edusat Radio.

PRESENTACIÓN

En el proceso electoral de 2006, el Partido Acción Nacional se vinculó con la ciudadanía a través de mecanismos informales para movilizar el voto a favor de su candidato presidencial Felipe Calderón Hinojosa. A través del análisis de los mecanismos de vinculación social utilizados en la campaña panista, el trabajo aquí presentado explica las razones por las cuales, el PAN, a lo largo de su historia electoral reciente, le ha dado más peso a la vinculación con la sociedad mediante mecanismos informales como las alianzas con organizaciones civiles de corte conservador y grupos de interés de distinto tipo, la creación de estructuras de interés, e incluso, el mismo ejercicio del poder, que a los mecanismos formales, que son: su estructura organizativa y funciones políticas.

Los principales aportes de la investigación son los siguientes. El estudio y análisis de la capacidad de vinculación social del Partido Acción Nacional, como partido de oposición y partido en el gobierno, en coyunturas electorales y en ambientes de alta competitividad electoral, a través de la construcción de un marco conceptual que permite identificar los mecanismos formales e informales de acercamiento de un partido político con su fuente de legitimidad en los regímenes democráticos contemporáneos.

A continuación se presenta el planteamiento del problema del que parte la investigación, las preguntas que busca responder, la hipótesis general que guía el desarrollo de la misma y la estructura del trabajo.

En las sociedades democráticas contemporáneas los partidos políticos son instrumentos de intermediación entre la sociedad y el gobierno. Para cumplir este rol, un partido necesita mantener contacto permanente con la ciudadanía y la sociedad civil organizada por medio de: la estructura del partido, la cual, le permite tener presencia en las

distintas regiones de un país; el desarrollo de actividades políticas que van desde la representación de los intereses comunitarios, la legitimación del ejercicio del poder, hasta la edificación de bases de apoyo que se traduzcan en votos en las jornadas electorales. Esta forma estructural y política que un partido utiliza para acercarse e interactuar con los ciudadanos de distintos sectores sociales, las identificaremos con el nombre de mecanismos formales de vinculación social. Cuando el contexto donde operan los partidos, se torna altamente competitivo, empiezan a tomar relevancia otras vías de contacto con los ciudadanos que les permitan ampliar el margen de vinculación con su fuente de legitimidad, conseguido por medio de sus mecanismos formales.

De forma que, las alianzas orientadas a la movilización y apoyo electoral con organizaciones civiles y grupos de interés, la creación de estructuras de interés basadas en fórmulas corporativas y clientelares, las campañas mediáticas que explotan favorable o desfavorablemente la personalidad y acciones de los candidatos, el uso electoral de las estructuras de gobierno, recursos y políticas públicas así como los acuerdos con otras fuerzas políticas y grupos de poder, son otras formas de vinculación, alternas a las tradicionales, que les han permitido a los partidos actuales acercarse a sectores sociales e intereses más amplios y mejorar sus resultados electorales.

Durante mucho tiempo, los partidos de oposición en México difícilmente cumplían con su rol intermediario, ya que el diseño del sistema de partido hegemónico no posibilitaba las condiciones para el desarrollo de alternativas partidistas competitivas. Cuando se sentaron las bases para la competencia interpartidaria efectiva, los partidos de oposición se enfrentaron al reto de adaptar y modernizar su estructura organizativa para que su oferta política llegara a un espectro más amplio del electorado y representaran una opción electoral capaz de disputar y acceder al poder. Con esa finalidad, el Partido Acción

Nacional, modificó sus mecanismos de vinculación formales y comenzó a experimentar otras formas de contacto con la ciudadanía que le permitieran que su oferta política alcanzara más sectores sociales, atraer simpatizantes, movilizar votos y ganar elecciones.

Acción Nacional como partido de oposición primero, y como partido gobernante, después, hizo de las formas de vinculación social alternas a su estructura organizativa y a sus funciones políticas, el mecanismo fundamental de acercamiento e interacción ciudadana, así como un espacio de reclutamiento de liderazgos y atracción de simpatizantes y votos. A lo largo de la historia electoral del PAN, la utilización de mecanismos alternos o informales de vinculación social, lo perfilaron como una opción altamente competitiva, lo llevaron a adquirir un papel central en el sistema de partidos y a posicionarlo como el protagonista de la alternancia política a nivel federal. Desafortunadamente, esos procedimientos no han contribuido a establecer una relación que trascendiera las coyunturas electorales, ni a reforzar los lazos con militantes ni con simpatizantes. Por el contrario, alteraron la correlación de fuerzas al interior del partido, han puesto en duda la legalidad de su actuación y transgredido las normas legales y éticas de la competencia interpartidaria. Principalmente, han postergado la creación de estrategias efectivas de vinculación ciudadana mediante la estructura del partido. La elección federal del dos de julio de 2006, le planteó a Acción Nacional el reto de posicionarse como la primera fuerza política a nivel federal, refrendar su triunfo en la presidencia y generar una base de apoyo electoral de largo plazo.

En la producción académica disponible sobre el PAN, no existen estudios sistemáticos sobre los mecanismos de vinculación del partido con la sociedad. Los temas que han acaparado la atención de los investigadores son: la historia del partido, los aspectos organizativos e institucionalización, el desempeño electoral, la formación y el ejercicio de

gobierno así como la correlación de fuerzas internas y los conflictos entre las fracciones del partido. En menor grado, los vínculos con organizaciones conservadoras, con empresarios, sus redes de apoyos electorales y las incidencias legales cometidas por el partido durante el desarrollo de campañas políticas. Con respecto a nuestro objeto de estudio, algunos de esos trabajos nos aportan datos importantes para entender que la labor de vinculación de Acción Nacional con la sociedad en periodos electorales, ha recaído fundamentalmente en distintos tipos de estructuras que nada tienen que ver con su estructura partidaria. Sin embargo, ninguno de ellos se basa en un estudio sistemático de esas estructuras y sus implicaciones a corto y largo plazo.

A grandes rasgos, Andrés Valdés Zepeda asegura que a lo largo de su historia el PAN ha tenido puentes de enlace escasos, poco sólidos y con tendencia a diluirse con la “sociedad civil organizada” (establecidos por coincidencias programáticas en políticas, agendas y durante conflictos poselectorales) y con diferentes agrupaciones intermedias cívico-políticas afines.¹ Estas relaciones se han establecido con base la afinidad ideológica y como resultado de un interés mutuo: en el caso del partido, multiplicar el número de agrupaciones que coinciden con sus puntos de vistas; en el caso de éstas, para incidir políticamente sobre alguna problemática.

Por su parte, Soledad Loaeza nos dice que el vínculo del PAN con estructuras alternas a la estructura partidaria, se puede rastrear en el plano local y en los primeros triunfos que el partido tuvo en los procesos electorales locales. En ese sentido, llama la atención sobre una de las particularidades existentes entre los primeros candidatos que

¹ Por ejemplo, el autor menciona: Desarrollo Humano Integral y Acción Ciudadana (DHIAC), Civilización y Libertad, la Asociación Nacional de Padres de Familia (ANPF) y el grupo Pro Vida. Según Valdés, el DHIAC, acercado al PAN en 1976 por Conchello y Pablo Emilio Madero, apoyó la candidatura de Clouthier a la presidencia de la República en 1988, basado en la coincidencia y similitud en los programas de gobierno. Valdés Zepeda, Andrés. *Democracia y oposición. El partido Acción Nacional y la transición política en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1999.

accedieron al poder en Baja California (1989), Guanajuato (1991) y Chihuahua (1992): su trayectoria social adquirida por su experiencia en organizaciones civiles y religiosas, que los llevó a articular un discurso que defendía las “organizaciones intermedias”.² Para las elecciones federales de 1994, la dirigencia del PAN ya se apoyaba en una coalición duradera que incluía a muchos de los que antaño llegaron al partido con Manuel Clouthier: miembros de organizaciones como DHIAC, la Ancifem, Pro vida y Acción Ciudadana.³

Pero el partido no sólo ha obtenido apoyo de este tipo de organizaciones, también del sector empresarial. Sobre este aspecto, en sus trabajos, Yemile Mizrahi, deja ver que la fortaleza que el PAN obtuvo en el norte del país a principios de los noventa fue resultado del vínculo con un creciente número de empresarios (particularmente pequeños y medianos). La autora destaca que los empresarios al declinar su apoyo al PRI vieron en el PAN una “opción pragmática” cuya oferta política afectaba menos a sus intereses.⁴ Éstos, integraron al partido nuevos liderazgos, estrategias, tácticas, recursos financieros, capacidades organizativas, jugaron un importante rol en la organización de campañas y candidaturas que llevaron al partido a acceder al poder.⁵

El análisis de Mizrahi, centrado en la conducta electoral de los empresarios en Chihuahua en la década de los ochenta, brinda elementos para entender el alineamiento de éstos con la oposición, a causa de su creciente interés por la democratización del sistema político, la representación política y la preservación de sus intereses. Como resultado de estos apoyos, los empresarios accedieron al gobierno y ganaron espacios de poder dentro de

² Loaeza, Soledad. *El Partido Acción Nacional: la larga marcha, 1939-1994: oposición leal y partido de protesta*, FCE, México, 1999, p. 491.

³ La autora destaca que desde 1990, el DHIAC controlaba 20% de la fracción panista en la Cámara y 25% en la Asamblea de Representantes en el DF así como numerosos comités directivos estatales. *Ibidem*, p. 515.

⁴ Mizrahi Perkulis, Yemile. *Rebels without a cause? The politics of entrepreneurs in Chihuahua*, Cuaderno de trabajo, número 6. División de Estudios Políticos, CIDE, México, 1993, p. 15.

⁵ Mizrahi Perkulis, Yemile. *Recasting business-government relations in Mexico: the emergence of panista entrepreneurs*, Cuaderno de trabajo, número 29. División de Estudios Políticos, CIDE, México, 1995, p. 1.

las filas del PAN y se convirtieron en los actores con mayor capacidad de incidencia en el proyecto del gobierno panista y en la transformación del partido.

Por otra parte, tanto en la perspectiva local como nacional, la vinculación del PAN con estructuras alternas se concibió como resultado de un bajo grado de institucionalización del partido, que le permitió cierta flexibilidad para el reclutamiento e integración de nuevos líderes a su vida partidaria. En esa lógica, con los trabajos de Francisco Reveles Vázquez, la presencia de “órganos intermedios” en el PAN, se explica desde una perspectiva organizativa, en la medida en que la rigidez organizativa del partido resultaba una limitante para llegar a amplios sectores del electorado.⁶ Cuando el partido entró en una etapa de consolidación organizativa o institucionalización, la estructura rígida del PAN también se abrió a nuevos militantes, simpatizantes y líderes provenientes de organizaciones cívicas de derecha radical (como Desarrollo Humano Integral y Acción Ciudadana, Civilización y Libertad, COLUDE) empresariales (como la CCE, la COPARMEX, CONCANACO principalmente las locales), que constituyeron fracciones y redes de apoyo (básicamente en el plano local) al interior del partido, pero que además abrieron la posibilidad de posicionarse en los espacios de poder y de toma de decisiones a nivel nacional.⁷

Sobre esto último, Tania Hernández Vicencio, afirma que la baja institucionalización del partido en el ámbito local durante los ochenta reflejada en una mínima estructura interna, problemas de financiamiento, carencia de cuadros capacitados para enfrentar el crecimiento del partido y el gobierno, favoreció el reclutamiento e

⁶ Sobre el particular, el lector puede remitirse a: Reveles Vázquez, Francisco. *El PAN en la oposición: historia básica*, Gernika, México, 2003.

⁷ Reveles Vázquez, Francisco. *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, UNAM-Gernika, México, 2002, p. 197.

integración de nuevos líderes a la vida partidaria esencialmente de organismos intermedios, como los empresariales.⁸

La rigidez de la estructura de cuadros del Partido Acción Nacional constituyó una limitante para que su oferta llegara a amplios sectores del electorado y captara su simpatía y apoyo durante los procesos electorales. Por tal motivo, las estructuras alternas empezaron a funcionar paralelamente al entramado institucional del partido, algo que repercutió en la reconfiguración de las fracciones que dominaban al partido. Un ejemplo de lo anterior fue la candidatura presidencial de Vicente Fox que planteó un modelo de relación partido-sociedad basado en la organización “Amigos de Fox”, la cual permitió crear una propuesta de gobierno estrechamente vinculada a las necesidades de diversos sectores sociales, pero que incidió en las reglas del partido, en la correlación de fuerzas internas y desplazó a la estructura partidista como mecanismo permanente de vinculación y captación de simpatizantes y militantes.⁹

Como resultado de la elección federal de 2000, Víctor Manuel Muñoz Patraca, afirma que los mecanismos que ha adoptado el PAN para vincularse con sus electores han sido los medios de comunicación (incluyendo la publicidad) así como la relación con asociaciones civiles que sirvan de apoyo durante periodos electorales y con grupos de extrema derecha. El primero, no garantizó un apoyo constante por parte de la ciudadanía y además, no reforzó los lazos con los militantes del partido ni con los simpatizantes. El segundo, tampoco aseguró un apoyo permanente puesto que sólo movilizó votos

⁸ Hernández Vicencio, Tania. *De la oposición al poder. El PAN en Baja California, 1986-2000*, COLEF, Tijuana, 2001, p. 66.

⁹ *Ibidem*, p. 253.

temporalmente, además ha provocado que estas organizaciones amplíen sus redes al interior del partido y en los puestos de gobierno.¹⁰

Con base en lo anterior, el objetivo de esta investigación es avanzar en el conocimiento de los mecanismos de vinculación con la sociedad del PAN, en contextos electorales altamente competitivos. Se busca responder a las siguientes preguntas: ¿En qué medida la adaptación de Acción Nacional a un contexto de alta competencia electoral modificó sus mecanismos de vinculación social? ¿Cómo han evolucionado los mecanismos formales e informales que AN ha utilizado para establecer su relación con la ciudadanía durante los procesos electorales? ¿Qué resultados ha traído para ese partido y para su relación con la sociedad el uso de mecanismos informales? ¿De qué forma se vinculó con la sociedad el candidato panista Felipe Calderón, en el proceso electoral de 2006?

La hipótesis general que nos formulamos para responder a nuestras preguntas de investigación es la siguiente: a medida que el Partido Acción Nacional se integró a un contexto electoral altamente competitivo, se vinculó con la ciudadanía a través de mecanismos informales debido a su naturaleza organizativa de partido de cuadros. Si bien, esos mecanismos se convirtieron en los medios fundamentales de atracción de simpatías y votos, no han contribuido a reforzar una vinculación con la ciudadanía que trascienda las coyunturas electorales.

Para profundizar en lo anterior, la tesis se divide en tres capítulos, cada uno de los cuales, contiene una introducción donde se expone el objetivo que se persigue y la hipótesis que rige su estructura. Al finalizar el último apartado de los capítulos, se presenta una conclusión que retoma las ideas más importantes desarrolladas previamente.

¹⁰ Muñoz Patraca, Victor M. “Las relaciones entre los partidos políticos y la sociedad: El Partido Acción Nacional en el gobierno”, en Reveles Vázquez, Francisco (coord.). *Los partidos políticos en México ¿crisis, adaptación o transformación?*, UNAM-Gernika, México, 2005, pp. 244-245.

El primero es el marco conceptual donde se desarrolla una reflexión conceptual para entender la forma como se vinculan los partidos políticos en los regímenes democráticos actuales. Se realiza un análisis de la naturaleza y rol que desempeñan los partidos políticos, posteriormente se analizan los dos tipos de mecanismos de vinculación formal que tienen los partidos para mantenerse en contacto e interacción con su fuente de legitimidad, discutiendo sus alcances, limitaciones y su importancia en la estrategia partidista. Finalmente, se profundiza en los factores que le dieron al contexto rasgos altamente competitivos y su incidencia en el funcionamiento de los modelos ideales de partidos políticos y en sus mecanismos de vinculación social tradicionales.

El segundo capítulo, trata las características que adoptaron los partidos de oposición durante el régimen de partido hegemónico en México, con el objetivo de conocer el funcionamiento del PAN en dicho régimen. Se revisa el proceso de evolución de la estructura organizativa panista y de sus mecanismos de vinculación para integrarse a un contexto de alta competitividad electoral derivado de la liberalización de la competencia política iniciado a finales de la década de 1970. La última parte, analiza el papel de los mecanismos de vinculación social informales, utilizados a lo largo de la historia electoral de Acción Nacional, poniendo especial atención en las consecuencias que le han traído para su rol de intermediación.

En el tercero, se aborda el proceso de selección del candidato panista a la presidencia, los apoyos que giraron en torno a la candidatura de Felipe Calderón y su equipo de campaña. Se analizan las características de la estructura actual del PAN, su eficacia como mecanismo formal de vinculación social así como su papel en el proceso electoral, específicamente en la campaña presidencial. Posteriormente, se analizan los mecanismos de vinculación social informales utilizados por el otrora candidato

presidencial, por el gobierno federal, además de otros, que aportaron apoyos políticos-electorales y recursos económicos considerables a la campaña.

Por último, se incluyen una sección de comentarios finales donde se hace una reflexión general sobre los aspectos analizados a lo largo de la tesis, específicamente sobre los mecanismos de vinculación con la sociedad del PAN en el proceso electoral del 2006 y los resultados obtenidos. El trabajo también contiene un anexo metodológico en el que se describen las fases que siguió nuestra investigación y las técnicas de investigación utilizadas para abordar nuestro objeto de estudio, además la relación de las fuentes de información utilizadas a lo largo de los capítulos.

CAPÍTULO 1.
MECANISMOS DE VINCULACIÓN DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS
CON LA SOCIEDAD

INTRODUCCIÓN

El presente capítulo pretende dar respuesta a la pregunta: ¿cómo se vinculan los partidos con la sociedad en los sistemas democráticos contemporáneos? Para ello, se presenta un ejercicio de análisis y reflexión conceptual sobre las formas o mecanismos que los partidos políticos utilizan para vincularse con la sociedad. Se parte de la siguiente hipótesis: los partidos son instrumentos de intermediación entre los ciudadanos y el gobierno, para cumplir con ese rol, se vinculan con la ciudadanía por medio de dos tipos de mecanismos: formales e informales. Los primeros tienen que ver con el partido: sus estructura organizativa y las diversas acciones o funciones políticas que llevan a cabo. Los informales son todos aquellos que no tienen que ver ni con la estructura partidista ni con las funciones y que utilizan para llegar a sectores sociales a los que no pueden acceder por medio de sus mecanismos formales. En contextos de alta competitividad electoral los partidos le dan más peso a los segundos debido a la necesidad de ser más eficientes como opciones de intermediación política para el electorado y tener mayores posibilidades de éxito electoral.

1.1 NATURALEZA Y ROL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.

“Los partidos políticos son vínculos entre la sociedad y el Estado”¹¹, sirven como instrumentos de intermediación entre la población y las instituciones de gobierno y posibilitan la interacción entre el sistema social y el institucional para darle estabilidad al sistema político. La naturaleza del rol de intermediación que desempeñan los partidos, por encima de otras organizaciones, tiene una explicación sociológica y otra institucional que no se excluyen.

1.1.1 Interpretaciones del origen de los partidos.

Desde la perspectiva sociológica, los partidos se originan a partir de “la formación de divisiones socio-estructurales”, resultado de los procesos de formación de los Estados nacionales y los de modernización ocurridos en el mundo occidental durante los siglos XVIII y XIX. Tales procesos implicaron la quiebra de la estructura social y política tradicional generando un ordenamiento social radicalmente diferente al del *ancien régime*, que estuvo marcado por cuatro fracturas o divisiones (*clivajes*) sociales. Éstos polarizaron las actitudes políticas y constituyeron la base para la formación de las identidades colectivas de los grupos sociales en conflicto.¹²

De acuerdo con Rokkan, dos clivajes fueron producto directo del proceso de construcción del Estado. Uno de ellos se dio entre el *centro y la periferia*, a causa del conflicto entre la “cultura central que construye la nación y la resistencia de las poblaciones de la periferia” al proceso de centralización y alienación cultural. El otro clivaje fue entre el *Estado y la iglesia*, se dio a causa de la primacía del papel “centralizante, regularizador y

¹¹ Cotarelo, Ramón. *Los Partidos Políticos*. Sistema, España, 1996, p. 90.

¹² Bartolini, Stefano. “Partidos y sistemas de partidos”, en Pasquino, Gianfranco, (comp.). *Manual de ciencia política*. Alianza Universidad, España, 1993, p. 236.

movilizador” del Estado por encima de los privilegios corporativos de la iglesia y la separación de sus intereses de los del aparato estatal.

El resto de los clivajes derivaron del proceso de industrialización y de modernización. Uno de ellos se dio entre la *sociedad urbana y la rural*, a causa del proceso de industrialización que concentró los beneficios económicos en las ciudades y desplazó al campo generando un conflicto entre los intereses de la clase emergente de empresarios industriales y los terratenientes. El último se dio entre *capitalistas y trabajadores*, a causa de la distribución de los recursos provocada por la propiedad de los medios de producción y la condición de poseedor o asalariado.¹³

Cada línea de conflicto de intereses dio paso a la formación de distintos tipos de partidos:

1. El conflicto entre los intereses del centro y la periferia creó los *partidos centralistas* y los *partidos de defensa de la periferia*.

2. El conflicto entre los intereses del Estado y la iglesia dio paso a los *partidos laicos* y los *partidos confesionales*.

3. El conflicto entre el interés urbano y rural generó un solo tipo de partido, los *partidos agrarios o campesinos*, toda vez que el papel de partidos urbanos lo suelen jugar, los partidos burgueses, los obreros, o los centralistas.

4. El conflicto entre los intereses del capital y los intereses del trabajo originó *partidos burgueses* y los *partidos obreros*.¹⁴

¹³ Lipset, Seymour Martin y Stein Rokkan. “Estructuras de decisión, sistemas de partidos y alineamientos electorales”, en Batlle, Albert, (ed.). *Diez textos básicos de ciencia política*. Ariel, 2ª ed., España, 2001, pp. 246-247.

¹⁴ Martínez Sospedra, Manuel. *Introducción a los partidos políticos*. Ariel, España, 1996, p. 182.

Desde el punto de vista institucional, el nacimiento de los partidos se dio cuando el sistema político alcanzó tal grado de autonomía estructural que implicó la participación de las diversas voces que formaban parte de la sociedad en el proceso de formación de decisiones, para darle estabilidad al sistema político. Bajo este enfoque, el desarrollo de los partidos estuvo condicionado por variables de tipo institucional¹⁵, como el perfeccionamiento de los métodos e instituciones democrático-representativas (principalmente la legislación parlamentaria, electoral e institucional), la ampliación del sufragio (que sentó la base para la pluralidad¹⁶) y la competencia interpartidaria¹⁷ (que obligó a los partidos a adoptar diversas estrategias de competencia).

Partiendo de esta doble interpretación de la génesis de los partidos, Bartolini, afirma:

*“Todo partido nace y se desarrolla en relación a una situación histórica de interacción entre una serie de inputs socio-culturales, que determinan las diversas oportunidades para la articulación de las demandas, de la protesta y la movilización del apoyo, y los outputs institucionales del proceso de democratización de la política, es decir, las reglas del juego y las disposiciones institucionales que se elaboran en esta fase como respuesta a las presiones desde abajo hacia la representación política. La naturaleza y el rol que los diversos partidos asumen en las sucesivas fases históricas están determinadas en gran parte por estas condiciones iniciales”*¹⁸.

Lo anterior nos dice que en algún momento de la historia política de un país, se crearon escenarios de oportunidad para la creación de organizaciones estructuradas de

¹⁵ Bartolini, Stefano. *Ídem*.

¹⁶ La pluralidad constituye el factor que limita los excesos del poder porque le permite a los ciudadanos tener la libertad de identificarse con el proyecto político de su preferencia. El ejercicio del pluralismo hace posible un nivel de consenso suficiente (o de disenso aceptable) en relación con las “reglas del juego” democrático. Si el pluralismo es un acto orientado a establecer límites a los excesos del poder, es en consecuencia, una de las condiciones tanto para la consolidación de la democracia en la medida en que garantiza las condiciones necesarias para la conservación del conjunto de libertades en que se basa dicho régimen. Baca Olamendi, Laura. “Pluralismo” en Baca Olamendi, Laura, et. al, (comps.). *Op. cit.*, p. 536-537.

¹⁷ Al hablar de competencia interpartidaria nos referimos a la contienda que se desarrolla entre dos o más partidos regida por un marco reglamentario. Más adelante abordaremos a profundidad el tema.

¹⁸ Bartolini, Stefano. *Op. cit.*, p. 237.

manera formal y permanente (partidos) que dieran respuesta, en función de una serie de reglas institucionales, a las demandas de participación y representación política de diversos intereses en los procesos de toma de decisiones públicas. Fue así como los partidos se convirtieron en *medios de representación* política de los principales intereses sociales y *conductos de expresión y canalización* de la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos¹⁹ y en actores decisivos en el proceso de reclutamiento y consolidación de las élites en el poder,²⁰ para llevar a cabo su programa político y de gobierno.

La génesis del rol de intermediación asignado a los partidos políticos en las sociedades democráticas actuales se puede encontrar en los primeros partidos burgueses surgidos al final del siglo XIX, los cuales, fueron creados en el contexto de regímenes políticos donde el sufragio era restringido para responder a los intereses de unos cuantos grupos vinculados con la élite política afianzada en los puestos parlamentarios y de gobierno. Asimismo, en los clásicos partidos socialistas de principios del siglo XX, que fueron creados en el contexto de la ampliación del sufragio universal y la política de masas, con el fin de responder a una amplia variedad de intereses, integrarlos a la actividad política y buscar el acceso a las instituciones parlamentarias. De este ser intermediario se deriva la naturaleza de los mecanismos de vinculación social e institucional que los partidos han desarrollado a lo largo de su historia para realizar sus funciones políticas.

¹⁹ Sartori, Giovanni. *Partidos y sistemas de partidos. Marco para un análisis*. Alianza, 2ª edición, Madrid, 1999, p. 55 y 57.

²⁰ Cotarelo, Ramón. *Op. cit.*, p. 105.

1.1.2 El contexto y sus implicaciones en el funcionamiento de los partidos.

En la medida en que los partidos surgieron en una situación histórica y social determinada, podemos afirmar que no son organizaciones aislables de su contexto. Éste fue un factor determinante no sólo para la creación, definición del rol, características organizativas y funcionamiento de los partidos, sino también, la variable que influenció los rasgos que adquirieron en las sucesivas fases históricas. En ese sentido, Panebianco dice:

“... un partido no es un mecanismo que una vez construido y puesto en marcha sigue funcionando siempre del mismo modo... es una estructura en movimiento que evoluciona, que se modifica a lo largo del tiempo y que reacciona al cambio de los ambientes en que opera y se halla inserto. Los factores que inciden mayormente sobre la estructura organizativa de los partidos, los que especifican su fisonomía y funcionamiento, son su historia organizativa (su pasado) y las relaciones que en cada momento establece con un entorno sujeto a continuos cambios”²¹.

Si bien una serie de causas ambientales de índole social y política producen el surgimiento de una determinada organización partidaria, ésta queda sujeta a sufrir, después de cierto tiempo y por distintas causas, modificaciones que la llevan a asumir características organizativas y de operación distintas a las originales.²² En consecuencia, un dato fundamental para el estudio de los partidos es la identificación de distintos factores ambientales (como la historia del país, las coyunturas sociales y políticas, las necesidades de participación y representación y las decisiones de su elite dirigente), que se combinan y dan pie a su creación, consolidación y transformación. Este tipo de factores son los que

²¹ Panebianco, Angelo. *Modelos de partido*. Alianza, México, 1993, pp. 107-108.

²² De acuerdo con Bobbio, esto no implica que exista necesariamente una relación evolutiva, es decir que un tipo de partido produzca inevitablemente otro con la consecuente desaparición del primero. Distintos partidos pueden coexistir en el mismo sistema partidario: si bien la mayor parte de los partidos burgueses se han transformado en partidos electorales de masas, existen todavía partidos con los rasgos de un partido de notables, de la misma forma que existen todavía otros con los rasgos de los clásicos partidos de masas. Bobbio, Norberto. Et. al., *Diccionario de política*. Siglo XXI editores, 14^o edición, México, 2005, Vol. 2, p. 1157. En el siguiente apartado analizaremos la evolución de los partidos de notables y de masas así como las nuevas clasificaciones para los partidos que actualmente coexisten en las democracias.

ejercieron y ejercerán influencia en sus principales rasgos organizativos iniciales y posteriores²³ así como en su estrategia de operación.

Antes de analizar los motivos que dieron pie a la evolución de los partidos surgidos de los procesos de modernización y democratización de la política, profundizaremos en la forma cómo se han vinculado con la ciudadanía y los grupos sociales organizados para desarrollar determinadas funciones orientadas a cumplir con el rol de intermediación.

²³ En América Latina por ejemplo, el surgimiento y los rasgos organizativos de las principales fuerzas partidistas durante el siglo XX, estuvieron determinados por diversos procesos de cambio en las sociedades tradicionales y en el sistema político. De igual forma, su desarrollo y evolución se ha situado en el contexto de distintos cambios asociados con los procesos de transición (primero) y consolidación (después) de formas de gobierno democráticas. Rivera Vélez, Freddy. “Partidos y cambio político”, en Baca Olamendi, Laura, et. al, (comps.). *Op. cit.*, p. 519. En el caso de México, *grosso modo*, se puede apreciar, que los tres partidos de mayor presencia en la escena política actual surgieron de diversos procesos políticos y sociales. El PRI surge en 1929 (primero se llamó Partido Nacional Revolucionario –PNR–, en 1938 cambió su nombre a Partido de la Revolución Mexicana –PRM– y finalmente, en 1946, se transformó en el Partido Revolucionario Institucional –PRI–) para integrar a aquellos sectores sociales organizados en agrupaciones campesinas, obreras y populares, a las decisiones públicas y darle estabilidad al sistema político postrevolucionario. El PAN surge en 1939 para representar los intereses de otros sectores sociales (conservadores, eclesiásticos, clase media y de profesionistas) excluidos de los métodos socializantes, estatistas, corporativos y monopólicos utilizados por el gobierno emanado del partido de la revolución y constituirse en una opción opositora de derecha. El PRD surge durante la década de 1989 para dar cauce a la participación política de los disidentes del PRI, grupos de izquierda, movimientos sociales y populares.

1.2 MECANISMOS DE VINCULACIÓN SOCIAL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.

Al hablar de mecanismos de vinculación social nos referimos a la forma a través de la cual, un determinado partido establece lazos de acercamiento e interacción con los gobernados para implementar acciones orientadas a cumplir con su rol de intermediación. Los partidos se vinculan con la sociedad a través de dos formas: la estructura organizativa y las funciones políticas que desarrollan. A continuación analizaremos cada una.

1.2.1 La estructura organizativa como mecanismo de vinculación social.

Según Duverger, “un partido no es una comunidad sino un conjunto de comunidades, una reunión de pequeños grupos diseminados a través de un país ligados por instituciones coordinadoras”²⁴. Ésto quiere decir que cada partido se compone de varios elementos que se enlazan, coordinan e interactúan entre sí para funcionar. Por eso, al hablar de la estructura organizativa o armazón de los partidos, el autor hace referencia a los *elementos de base*²⁵, que son las unidades o “células madre” del partido distribuidas a lo largo del territorio, y a la *articulación general*²⁶, que es la unión de los elementos de base mediante enlaces institucionales.

La estructura organizativa le permite al partido tener presencia en las distintas regiones de un país, porque los elementos de base del partido, constituyen las unidades o sedes estatales, locales, municipales, etc., que representan a la institución partidista en el país y sirven como canales de acercamiento e interacción con las distintas comunidades de

²⁴ Duverger, Maurice. *Los partidos políticos*, FCE, México, 1996, pp. 46-47.

²⁵ El término elementos de base se refiere a pequeños grupos diseminados a través del país ligados por instituciones coordinadoras. Se pueden distinguir cuatro tipos: comité, sección, célula y milicia. *Ídem*.

²⁶ Duverger afirma que la cuestión de la articulación es un problema esencialmente político ya que influye profundamente en los militantes del partido, en su unidad doctrinal, en sus métodos de acción y su eficacia. *Ibidem*, p. 70.

las entidades, secciones electorales, municipios, localidades, colonias y barrios. La forma natural que un partido tiene para mantenerse en contacto permanente con la sociedad es por medio de su estructura organizativa. Ésta, constituye el mecanismo natural de vinculación con los ciudadanos y los grupos sociales organizados, con los que el partido desarrollará diversas tareas orientadas a la representación de sus intereses, a la legitimación del ejercicio del poder, así como a la edificación de bases de apoyo y simpatías electorales más o menos estables y permanentes.

Se puede decir que la eficacia de un partido para representar sectores sociales con intereses iguales o similares e integrarlos a la participación política, depende de las características de su estructura organizativa. Si ésta es limitada, la presencia territorial de la organización política disminuirá o se concentrará sólo en algunas regiones, en consecuencia la vinculación se establecerá sólo con ciertos sectores o grupos, disminuyendo la capacidad de representación del partido. Por el contrario, si ésta es amplia, le permitirá a éste tener más presencia en el territorio y mejor contacto con las distintas comunidades y grupos organizados.

Con base en las características organizativas y en sus alcances de vinculación social, Duverger identifica dos modelos de partido: partido de cuadros y partido de masas.

El primer modelo corresponde a los partidos burgueses cuya estructura organizativa era simple y con articulación débil, compuesta por *comités* con alto nivel de independencia unos de otros y de descentralización²⁷, que se articulaban mediante enlaces horizontales²⁸. La naturaleza de sus unidades de base o comités era restringida y no expansiva porque

²⁷ La noción general de descentralización se define por el hecho de que los dirigentes locales del partido emanan de la base, tienen amplio poder para tomar decisiones y el centro conserva poca acción sobre ellos. Duverger, Maurice. *Op. cit.*, p. 83.

²⁸ Un enlace horizontal une dos organismos colocados en el mismo nivel. *Ibidem*, pp. 77-78.

funcionaban en una zona geográfica específica como “la circunscripción electoral principal”, además tenían un carácter semipermanente porque su actividad no se orientaba exclusivamente a una sola campaña electoral pero tampoco ejercían actividades de movilización y de propaganda de manera constante.²⁹

La estructura organizativa del partido de cuadros basada en comités reúne sólo un pequeño número de miembros “notables”³⁰ cuya participación es política, técnica y financiera.³¹ La única vía de acceso al partido es mediante una designación formal basada en el perfil y la influencia política, social, cultural, académica, profesional, etc. de los que aspiran a ser miembros. Así, la fuerza y efectividad del partido está determinada por la calidad de sus miembros más que por la cantidad.

Para los partidos de cuadros, los miembros tienen una doble función: una política, porque busca crear una élite capaz de gobernar y administrar al país; y otra financiera, porque las actividades del partido y las elecciones se financian a través de las cuotas de sus miembros.³² De esta forma, lo que importa al partido de cuadros al seleccionar a sus miembros es su nivel de “influencia” para facilitar la generación de acuerdos, relaciones o alianzas con otras fuerzas políticas y con las cúpulas de grupos sociales influyentes en un estado o comunidad; su habilidad técnica para implementar métodos efectivos de movilización electoral y organización de campañas políticas; así como su disponibilidad de recursos para financiar las actividades del partido y las campañas electorales.

El segundo modelo de la clasificación duvergeriana se asocia con los partidos de masas que, contrario a los anteriores, presentan una estructura organizativa más compleja y

²⁹ *Ibidem*, p. 48.

³⁰ Un notable se define como aquel que no vive de la política, convierte su posición socioeconómica en una posición política que constituye el “nervio de la dirección de los partidos de cuadros”. Panebianco, Angelo. *Op. cit.*, p. 439.

³¹ Duverger, Maurice. *Op. cit.*, p. 31.

³² *Ibidem*, pp. 93-94.

fuertemente articulada, compuesta por *secciones* altamente centralizadas³³ y articuladas mediante enlaces verticales³⁴. Las secciones buscan extenderse en varias zonas geográficas y tienen alto grado de interdependencia, esto es, son una parte del sistema organizativo del partido que no pueden funcionar aisladas. A diferencia de los comités, estas unidades de base poseen un carácter permanente cuya actividad no sólo está orientada a los procesos electorales sino también a periodos no electorales cuando realizan diversas labores de politización de la ciudadanía.

La estructura organizativa basada en secciones está diseñada para integrar masas populares y reunir una amplia diversidad de miembros y establecer alianzas con agrupaciones sociales, laborales, sindicales, políticas, culturales, etc. A diferencia del partido de cuadros, la fuerza de la organización está determinada por la cantidad de sus miembros y su alto grado de participación en las actividades del partido.³⁵ El involucramiento de los miembros en las actividades del partido es profundo porque descansa en el rasgo esencial del partido que es según Neuman, “la integración”, la cual, posibilita la representación de varios intereses (desde nacionales y regionales hasta partidarios e individuales) mediante un fuerte compromiso de representación que lo lleva a

³³ La noción de centralismo se refiere a que las decisiones provienen de arriba y su aplicación está controlada localmente por representantes de mayor jerarquía (centralismo autocrático); o a que se produzcan discusiones en la base para que el centro pueda nutrirse de opiniones antes de que sea tomada y acatada la decisión por todos (centralismo democrático). *Ibidem*, pp. 86-87.

³⁴ Un enlace vertical une a dos organismos subordinados uno a otro. *Ibidem*, p. 78.

³⁵ En un partido de masas se identifican tres círculos de participación: el más amplio engloba a los electores (que votan por los candidatos propuestos por el partido en los escrutinios); los simpatizantes (que además de ser elector, reconoce su inclinación hacia el partido, lo defiende, lo apoya económicamente y puede ser parte de sus organizaciones anexas); y los militantes (que se consideran los miembros del partido, elementos de su comunidad que aseguran su organización y funcionamiento). Existe una cuarta categoría: la de adherentes (que implica una participación más profunda que la simpatía pero menor a la de militancia). *Ibidem*, p. 120.

enfocarse en aquellos grupos sociales particulares que pretenden movilizar e introducir a las actividades del partido.³⁶

Hay otro rasgo que distingue a este tipo de partidos: poseen múltiples “organismos anexos”³⁷, los cuales son asociaciones o instituciones de distinto tipo (obreras, campesinas, sindicales, sociales, culturales, recreativas) destinados a integrar simpatizantes y miembros, que el partido crea o controla para mantener, reforzar, ampliar y profundizar la participación así como la influencia del partido en diversos sectores sociales.³⁸

Como podemos observar, los rasgos organizativos que presenta cada modelo de partido determinan el tipo de vinculación social que establecen para cumplir con su rol de intermediación. En ese sentido, la exigua estructura organizativa y la naturaleza clasista del partido de cuadros, no constituye un instrumento eficiente de participación política y de representación de amplios grupos sociales, sino de sectores sociales específicos, identificados ideológicamente y con programas políticos que favorecen sus intereses. De tal forma, este modelo organizativo no constituye un efectivo mecanismo de vinculación con la sociedad, ni para fines de participación y representación de diversos sectores ciudadanos, ni para fines electorales. La evidencia empírica recopilada a lo largo de la presente investigación, demuestra que en contextos de alta competencia electoral, los partidos que presentan en su organización algunas de estas características y que aspiren a constituir una opción en el sistema de partidos capaz de acceder al gobierno, han subsanado este problema utilizando otro tipo de estructuras, ajenas al partido, para reforzar su presencia en sectores

³⁶ Sigmund Neuman citado por: Simon Janós. *The change of function of political parties at the turn of millennium*, Working Papers, número 221, Institut de Ciències Polítiques i Socials, Barcelona, 2003, p. 11.

³⁷ Duverger, Maurice. *Op. cit.*, p. 81.

³⁸ Los enlaces horizontales sirven para mantener dominados a estos organismos estableciendo enlaces entre los comités directores de estos últimos y los del partido, y controlando los escalones dirigentes mediante la designación de los dirigentes y funcionarios. *Ídem*.

sociales a los que el partido no accede por medio de su estructura, o bien, han utilizado como único mecanismo de atracción de simpatizantes y votos, estrategias de movilización electoral, y hasta la estructura de los gobiernos emanados de sus filas. Los siguientes capítulos están destinados a analizar ésto.

En el caso del partido de masas, las características de su estructura le permiten tener una base de vinculación social más extensa. A la estructura orgánica como mecanismo formal de vinculación se suman los organismos anexos que el partido crea y controla para ampliar su influencia en otros sectores sociales. La posibilidad de integración que permite la estructura organizativa y la de sus organismos anexos constituye un instrumento eficiente para captar la participación y representación política de amplios grupos sociales. De tal forma, la eficacia de este tipo de partidos descansa en su capacidad organizativa para establecer lazos de vinculación e interacción con amplios sectores del electorado. Cada uno de esos grupos encontrará en éste, distintos espacios de participación política y representación porque el programa político del partido está conectado con la realidad y las necesidades de distintos sectores sociales. Los partidos de masas se convierten entonces en una “agencia” a través de la cual esos grupos participan en la política, legitimando y apoyando sus programas e involucrándose en la formulación de éstos, haciendo demandas y buscando acceder al “mando del Estado” mediante la ubicación de sus representantes en los puestos de gobierno.³⁹ Esta lógica de funcionamiento convirtió a esos partidos, durante buena parte del siglo XX, en un efectivo vínculo entre los ciudadanos y el Estado.

Hasta aquí podemos decir que la estructura organizativa es el motor que hace funcionar a los partidos, por medio de ésta, construyen canales de vinculación e interacción

³⁹ Katz, Richard. “Party organization, party democracy and the emergence of the cartel party”, en Mair, Peter. *Party system change. Approaches and interpretations*. Oxford University Press. Nueva York, 1997, pp. 94-95.

con la ciudadanía para desarrollar determinadas funciones. Estas últimas constituyen la forma en que los partidos hacen política, en tanto intermediarios entre ciudadanos, grupos sociales organizados e instancias gubernamentales encargadas de administrar y conducir políticamente al país, mediante una serie de tareas que van desde la representación de los intereses ciudadanos, la organización de las elecciones hasta la disputa, legitimación y ejercicio del poder.

1.2.2 Las funciones como mecanismo de vinculación social.

En la medida en que la estructura organizativa establece el puente natural de acercamiento con la sociedad para hacerse presente en una región y generar canales de acercamiento e interacción con la ciudadanía, las funciones son las tareas políticas que el partido desarrolla para cumplir con su razón de ser (instrumento de representación de intereses y legitimador del ejercicio del poder) y crear una base social, más o menos estable y permanente, de legitimidad, apoyo y simpatías político-electorales.

Según Diamond y Gunther, son siete las funciones que aparecen como el “común denominador” de los partidos en las sociedades democráticas: integración social, representación de grupos sociales, agregación de intereses, estructuración de temas, selección de candidatos, movilización electoral y formación de gobiernos.⁴⁰ Éstas, también constituyen otro mecanismo a través del cual, el partido refuerza y capitaliza el vínculo social establecido vía su estructura organizativa. A continuación describimos la finalidad de cada función y el papel que juega la estructura organizativa en su desarrollo al ser el

⁴⁰ Diamond, Larry y Richard Gunther. “Types and functions of parties”, en Diamond, Larry. Gunther, Richard, (eds.). *Political parties and democracy*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, 2001, pp. 7-8.

mecanismo natural a través del cual, el partido se vincula, en primera instancia, con la sociedad.

1. *Integración social.* Esta función tiene que ver con la socialización política de los ciudadanos, esto es, brindar al ciudadano una identidad y una ideología, involucrarlo y hacerlo participar de manera activa en asuntos políticos y de interés público. Para lograr integrar a los ciudadanos a la actividad política, las unidades de base del partido deben de estar distribuidas a lo largo del territorio de manera que tenga presencia tanto en las comunidades rurales, marginadas e indígenas como en las urbanas para así establecer contacto con la mayoría de grupos sociales.

2. *Representación de grupos sociales.* La representación se desarrolla haciendo manifiestos los intereses de determinados grupos sociales en la propuesta programática que el partido impulsa en la arena legislativa y desarrolla en el gobierno. Para lograr tal representación, es fundamental la penetración territorial que el partido establece mediante su estructura organizativa no sólo para vincularse con ciertos sectores y grupos sociales sino para conocer sus necesidades más apremiantes y sus posibilidades de participación política.

3. *Agregación de intereses.* A medida que los partidos articulan intereses y canalizan la participación política de distintos sectores sociales, se integran a su plataforma política distintas demandas y necesidades para el desarrollo de políticas públicas. En la medida en que el partido establezca puentes de vinculación con determinados sectores sociales, podrá conocer su realidad, intereses y necesidades y construir propuestas de solución que integrará en su programa político.

4. *Estructuración de temas.* Los partidos impulsan la discusión de los asuntos públicos, además de que plantean diversas opciones y alternativas a temas relacionados con

problemáticas de interés general o común a varios grupos sociales que crean opinión pública, con el fin de que estén presentes en las agendas parlamentarias y de gobierno. Con base en la presencia territorial que su estructura le brinda, el partido impulsa temas relacionados con la realidad de los grupos sociales con los que ha hecho contacto y desarrolla otros útiles para la formación política de los ciudadanos.

5. *Nominación de candidatos.* Esta función tiene que ver con la selección y reclutamiento de las élites políticas, esto es, la designación al interior del partido de candidatos a cargos de elección pública y que representan al partido en la contienda electoral. La selección de candidatos profesionaliza a la elite partidista porque impulsa la formación de cuadros políticos especializados en la actividad política y en la función pública. La estructura del partido en las distintas comunidades de una entidad sirve como canal de reclutamiento de liderazgos políticos, los cuales dependiendo su nivel de involucramiento, cualidades políticas y conocimiento público pueden ser postulados para cargos de elección popular. Aquí, la estructura sirve para conocer la opinión de los miembros del partido en las diferentes regiones, sus expectativas y propuestas sobre los candidatos así como la legitimación de su postulación.

6. *Movilización electoral.* Para que los partidos puedan tener la suficiente legitimidad para acceder al poder y ejecutar su programa de gobierno, organizan elecciones y movilizan al electorado con el fin de dar a conocer su oferta política y solicitar el voto a favor de sus candidatos. Esta función es la que más necesita de la estructura organizativa porque a través de ella el partido desplegará sus estrategias de movilización electoral, alianzas con fuerza políticas y sociales, difusión de la oferta política y solicitud del voto. La estructura constituye para esta función el canal fundamental a través de la cual fluirá la estrategia electoral. Luego entonces, según las posibilidades de vinculación e interacción

social que les permita su estructura organizativa, los partidos movilizarán el voto de una determinada forma, otorgando más o menos importancia a las estrategias para generar alianzas con fuerzas políticas, sociales, grupos de interés, sindicatos, empresarios, liderazgos sociales, etcétera, que le abonen simpatías y votos el día de la elección.

7. *Formación de gobiernos.* Esta función tiene que ver con la ubicación de los abanderados electos en los puestos de gobierno y con el ejercicio del poder. Una vez que el partido accede y forma el gobierno, adquiere la oportunidad no sólo para desarrollar su propuesta programática, sino también “innovaciones en la estructura de gobierno y con ello en la forma en que se toman decisiones, se canalizan demandas y se aplican las políticas”⁴¹. En ese sentido, el ejercicio de gobierno implica el impulso de innovaciones que redunden en la eficacia de la gestión y con ello, el afianzamiento de las redes de vinculación social del partido a través de acciones en beneficio de distintos grupos sociales y políticas de participación ciudadana. La estructura del partido constituye el canal para difundir las acciones de su gobierno para reforzar el voto duro a su favor y atraer nuevas simpatías.

Como podemos ver, para cumplir adecuadamente con los objetivos implícitos en cada función, los partidos necesitan mantenerse en contacto permanente con la sociedad mediante su mecanismo formal de vinculación. La función de movilización electoral es la que más necesita de este mecanismo natural porque el desarrollo de ésta determinará si el partido accede o no al poder. Debido a que la finalidad de los partidos en un sistema político es la lucha legal y legítima por el poder político,⁴² la movilización electoral es la

⁴¹ Le Clercq, Juan Antonio. “Los partidos políticos y las identidades cívicas”, en *Bien común y gobierno*, Fundación Rafael Preciado Hernández, núm. 40, marzo de 1998, p. 28.

⁴² Según Leonardo Valdés, los partidos como organizaciones “tienen un fin perfectamente establecido: luchar legal y legítimamente por el poder”. Ésto es lo que le da razón de ser a los sistemas de partidos: “espacio de competencia leal entre los partidos, orientado hacia la obtención y el ejercicio del poder político”. Valdés, Leonardo. “¿Qué sabemos de los partidos políticos en México a principios del siglo XXI?”, en *Reveles*

función que más requiere del acercamiento con una diversidad de personas, líderes sociales, etnias, grupos, asociaciones y organizaciones de distinto tipo afines al proyecto político del partido para generar estrategias que permitan dar a conocer la oferta política, ganar más simpatías y votos durante los procesos electorales.

Mientras los partidos coordinen un mayor número de unidades de base distribuidas a lo largo del territorio de un país, éstos tendrán amplia presencia nacional, estatal, municipal y local además de mejores oportunidades para establecer canales de interacción con una diversidad de personas, líderes sociales, etnias, grupos, asociaciones y organizaciones de distinto tipo afines a su proyecto político para movilizar el apoyo electoral. Por el contrario, ¿qué pasa cuando la estructura organizativa del partido es limitada y por ende su vinculación social? ¿Qué implicaciones tienen para la estrategia del partido estas limitantes al momento de competir por el poder político? Si las funciones que desarrolla el partido son su mecanismo político de vinculación social, ¿pueden éstas rebasar la vinculación social que el partido establece en el nivel de su estructura?

Cuando la estructura es reducida y no permite una penetración geográfica amplia para establecer suficientes canales de contacto e interacción con diversos sectores sociales, las estrategias de movilización electoral se convierten en el mecanismo primordial de vinculación social y de atracción de simpatías y apoyos electorales. Lo cual significa que la estructura organizativa del partido, como mecanismo de vinculación, es rebasada por la función electoral, convirtiéndose ésta última en el único mecanismo de vinculación social y

de atracción de simpatías para crear una base de legitimidad y apoyo útil durante el periodo electoral, pero sin garantía de trascendencia en otros procesos electorales.

Asimismo, hemos observado que ante las limitantes de vinculación social que el partido pueda generar en el nivel estructural, la función de formación de gobiernos también llega a ser utilizada para fines de acercamiento e interacción social con la finalidad de complementar o reforzar la presencia de su partido en aquellos sectores sociales a los que no le permite la estructura partidaria. Podemos decir entonces que cuando los partidos acceden al poder, forman una estructura de gobierno que les permite llevar a cabo su propuesta programática, pero también fortalecer la estructura de su partido, retener el apoyo de sus electores mediante su desempeño y ganar los de otros. En contextos de alta competitividad electoral, el gobierno le permite disponer a su partido de los recursos económicos, técnicos y humanos que le brinda la administración pública, de secretarías de estado, políticas públicas, información sobre sectores estratégicos, etc. para capitalizarlos electoralmente.

En cualquier caso, los partidos pierden su esencia como instrumentos de representación social y toma fuerza la legitimación del ejercicio del poder a través de estrategias exclusivamente electorales, las cuales, pueden utilizar fórmulas pragmáticas y otros mecanismos alternos a la estructura organizativa para vincularse socialmente y movilizar el voto ciudadano. Profundizaremos en estos últimos más adelante.

En suma, la estructura organizativa es el mecanismo formal de vinculación social del que un partido dispone para acercarse a su fuente de legitimidad y desarrollar ciertas funciones. A medida que la estructura organizativa de un partido se modifica o evoluciona a causa de medidas de consolidación organizativa o cambios altamente dinámicos en el contexto que provocan ambientes de alta competencia electoral, polarización o volatilidad

político-ideológica, y que obligan a los partidos a adaptarse a circunstancias no previstas en su margen de acción tradicional, la forma de vinculación con la sociedad cambiará y por ende, la forma de cumplir sus funciones. De forma que, dependiendo de la fortaleza y amplitud de la estructura como mecanismo natural de vinculación social, la estrategia del partido le otorgará más o menos importancia a las funciones (específicamente a la electoral y a la formación gobiernos) para establecer contacto e interacción con la ciudadanía y se convertirán o no en la única forma de atracción de simpatizantes y votos.

1.3 EVOLUCIÓN PARTIDARIA Y CAMBIO EN LOS MECANISMOS DE VINCULACIÓN SOCIAL.

Según Weber, los partidos de cuadros obedecieron a un periodo de la historia donde la movilización y participación política era escasa y donde los políticos tenían poca o nula influencia en la toma de decisiones públicas. De ahí que el partido estuviera basado en principios “pre-políticos” de representación individual, es decir, principios e ideales nada vinculados con cuestiones relativas a una amplia participación política o con la idea de sufragio universal.⁴³ Mientras la movilización política se mantuvo en niveles bajos, este tipo de partidos operaron satisfactoriamente, pero a medida que la movilización política de grandes segmentos de la población incrementó y se impulsó el derecho al voto, los partidos de cuadros estructurados en comités que agrupaban un número muy reducido de ciudadanos, que permanecían desvinculados de otros sectores de la población, con escasa penetración territorial y electoral, fueron insuficientes para canalizar esa participación masiva y representar una diversidad de intereses.

Para evitar que el incremento de la participación política tuviera repercusiones en el funcionamiento del sistema político, en el ejercicio del poder y de la autoridad, así como en el proceso de toma de decisiones colectivas, de forma paralela al partido de notables se gestó un nuevo tipo de organización partidista, el partido de masas. Éste, emergió como el “instrumento conciliador entre la participación de las masas y la gobernabilidad”⁴⁴. A

⁴³ Weber citado por Simon, Janós. *Op. cit.*, p. 7.

⁴⁴ Si la principal característica de la política moderna es la participación de masas (contrario a la política tradicional que se distinguió por excluir amplios sectores sociales de los asuntos políticos), su instrumento fue el partido de masas que dio cauce a esa participación y favoreció la estabilidad del sistema político. El Partido Social Demócrata Alemán, nacido a fines del siglo XIX, fue el primer partido que adoptó las características de un partido de masas, tal como lo hemos descrito arriba. Este partido posibilitó la incorporación de amplios sectores sociales (obreros e incluso campesinos) a la participación y lucha política, de ahí que el esquema partidario diseñado por los socialdemócratas, fue adoptado y adaptado en otras latitudes hasta generalizarse como el prototipo del partido moderno. Crespo, José Antonio. “La crisis mundial de los partidos dominantes”,

diferencia del partido de notables, éste adquirió una sólida estructura organizativa capaz de integrar un amplio número de miembros y simpatizantes y de “movilizar a nuevos grupos de electores antes excluidos de la competencia política”.

A medida que el partido de masas introdujo un modelo estructural más eficiente para canalizar la participación política de diversos sectores ciudadanos, los partidos de cuadros tuvieron que buscar estrategias de movilización del voto y una alternativa estructural para ampliar su base social de apoyo y legitimidad. Bajo el empuje de los partidos de masas, los partidos de cuadros “desarrollaron vínculos con organizaciones de interés externas al parlamento, asentadas en la sociedad y bien organizadas”⁴⁵, para extender sus vínculos hacia otros sectores sociales. Esto quiere decir que se acercaron a organizaciones ciudadanas e hicieron alianzas con grupos de interés, económicos, profesionales, religiosos, etc., con la finalidad de utilizarlos como mecanismos de vinculación con aquellos sectores sociales a los que por sí mismos no accedían debido al escaso número de unidades de base, su exigua articulación y el limitado sector al que dirigían su oferta política.

Si para la década de los cincuenta, Duverger constató la consolidación en los regímenes democráticos del partido de masas frente a cualquier organización así como la sobrevivencia de los de cuadros en forma de partidos liberales y conservadores, años más tarde, Kirchheimer afirmaba:

*... los partidos de masas surgidos en la postguerra están sometidos a fuertes presiones hacia una modificación de su carácter ideológico y organizativo... en la medida en que aspiren a ser formaciones políticas relevantes.*⁴⁶

en *Metapolítica*, Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C, México, núm. 10, vol. 3, abril-junio de 1999, pp. 149-150.

⁴⁵ Bartolini, Stefano. *Op. cit.*, p. 239.

⁴⁶ Kirchheimer citado por Bartolini, Stefano. *Op. cit.*, p. 244.

Esto reveló que los instrumentos de integración y representación por excelencia de la política moderna, se enfrentaron al reto de adaptarse a una realidad social y política distinta si es que pretendían sobrevivir como organizaciones y seguir constituyendo opciones políticas viables para el electorado. Tal situación puso en evidencia dos aspectos de gran trascendencia en la evolución y configuración de los partidos tal como los conocemos actualmente. Por un lado, la influencia del contexto en su organización y estrategia electoral. Por otro lado, su relevancia dentro del sistema partidista en función de la fortaleza político-electoral que progresivamente adquirieron, para contender entre sí y acceder a los cargos públicos en ambientes cada vez más competitivos.

Como hemos dicho, a causa de diversos factores ambientales, los partidos pueden asumir variaciones en sus características organizativas originales. Esto no implica que exista necesariamente una relación evolutiva, que un tipo de partido produzca inevitablemente otro, con la consecuente desaparición del primero. Por el contrario, distintos partidos pueden coexistir en el mismo sistema partidario conservando más o menos sus características originales y presentando distintas modificaciones, las cuales tienen que ver con reacciones de adaptación a su entorno.

Son tres los acontecimientos ocurridos en el entorno los que crearon una fuerte presión sobre el cambio organizativo e impulsaron la modificación de las estructuras partidistas de masas y su estrategia para desarrollar sus funciones, especialmente la electoral. Tales eventos, también tuvieron implicaciones en la competitividad partidista y en la apertura de las reglas de competencia de los sistemas de partidos.

El primero tuvo que ver con cambios en la composición social del electorado, a causa de cambios en las pautas y valores culturales. Este cambio cultural obedeció, según Inglehart, a la sustitución de los tradicionales *valores materialistas* (vinculados con una

forma de vida basada en la estabilidad económica, la seguridad y el orden), por otros de tipo *postmaterialista* (vinculados con cuestiones de autorrealización personal, ecología, tolerancia a las diferencias) que acentuaron la individualización como forma de vida así como la ruptura y fragmentación de las clases sociales tradicionales.⁴⁷ Esto trastocó el contenido de las orientaciones político-ideológicas que habían caracterizado a los sistemas de partidos en Europa durante gran parte del siglo XX, generando nuevos temas y dinámicas de conflicto político que reflejaban el cambio de valores y prioridades de las sociedades postindustriales y en consecuencia, las preferencias y demandas políticas de sus ciudadanos. Un cambio de tal magnitud provocó que a los partidos les fuera más difícil identificar a sectores definidos del electorado para presentar propuestas, darles respuesta a sus necesidades de participación y demandas políticas, representar intereses a largo plazo y utilizar su estructura organizativa como mecanismo único de vinculación con sus electores.

El segundo cambio fue de tipo tecnológico, el cual produjo una creciente influencia de los medios de difusión masivos, principalmente los electrónicos, como actores centrales en la definición de la opinión pública. La expansión de los medios de difusión y posteriormente de las tecnologías de la información como recurso comunicativo, poco a poco les dio un papel central en la educación y movilización política de los ciudadanos así como agentes generadores del debate y consenso público. Aunque este cambio produjo un desplazamiento de los partidos como instrumentos capaces de estructurar temas, impulsar el debate y crear opinión pública, también dio la posibilidad a sus líderes de dirigirse masivamente a un electorado cuyo perfil se asemejaba más a los de los consumidores que al de interesados en cuestiones políticas y con disposición de participación activa.

⁴⁷ Inglehart, Ronald. *Culture Shift in advanced industrial society*, Princeton University Press, EUA, 1990, pp. 3-14.

El tercer cambio fue en la lógica de competencia de los sistemas de partidos, que provocó un ambiente de alta competitividad electoral. A medida que las normas de la competencia interpartidaria ampliaban las posibilidades a las organizaciones partidistas de acceder a los puestos de representación, en todos los países europeos se hizo insoslayable para los partidos que aspiraran a ser formaciones políticas capaces de acceder al poder, el reconocimiento de las “leyes del mercado político”. Esto condujo a los partidos a volverse más competitivos, es decir, a adquirir estilos de operación que les permitieran obtener resultados favorables en los procesos electorales, dejar de lado su orientación doctrinal, readecuar su estructura organizativa, buscar formas innovadoras de cumplir sus funciones y de conservar a sus electores. Esa es la razón por la que Kirchheimer asegura que la evolución de los partidos es un fenómeno de la competencia.⁴⁸

Tanto los cambios en la estructura social, en los sistemas de comunicación política, como en la lógica de la competencia política, colocaron a los partidos ante el reto de adaptarse a las nuevas condiciones del contexto. Algunos partidos iniciaron un proceso de adaptación que implicó la modificación de su estructura organizativa así como de sus estrategias para desarrollar sus funciones, especialmente la electoral, con la finalidad de permanecer como opciones en la esfera de la intermediación política. El cambio organizativo de los partidos consistió básicamente en la flexibilización de su estructura, en la profesionalización de su funcionamiento como organización y en la adopción de una forma de operación más pragmática que doctrinaria. Los rasgos organizativos adquiridos por los partidos durante la segunda mitad del siglo XX, dieron paso a un modelo nuevo de partido que Kirchheimer denominó *atrapa-todo*.

⁴⁸ Kirchheimer, Otto. “El camino hacia el partido de todo el mundo”, en Lenk, Kurt y Franz Neumann (eds.) *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*, Anagrama, España, 1980, pp. 330 y 335.

La estructura organizativa del partido *atrapa-todo* es similar a los de masas pero su articulación es más flexible y especializada, esto quiere decir que sus unidades de base son células de naturaleza profesional en las que los miembros que forman parte de la burocracia partidista son profesionales⁴⁹ que desempeñan labores de tipo técnico. La profesionalización tanto en su organización como en su funcionamiento, lo convirtió en una organización cuyo funcionamiento se asemeja al de una empresa que se especializa en producir bienes de consumo. Esta situación provocó que los lazos entre los dirigentes, la burocracia (ahora conformada por los profesionales) y los miembros del partido se debilitaran. Si el proceso de transformación de los partidos burocráticos de masas hacia el tipo *atrapa-todo*, implicó una reestructuración de su organización, funcionamiento y un replanteamiento de sus objetivos, también, un cambio en su forma de vincularse con la sociedad así como en la concepción y desarrollo de sus funciones.

1.3.1 Mecanismos de vinculación social en contextos de alta competitividad electoral.

La estrategia del partido *atrapa-todo* se orientó a explorar nuevas formas de acercamiento e interacción social, las cuales, en ambientes cada vez más competitivos, han sido utilizadas como estructuras de intermediación con sectores sociales a los que el partido no accede por medio de su estructura y organismos anexos, llegando a ser mecanismos de vinculación alternos a su estructura formal para ampliar sus bases de apoyo electoral y tener mayores posibilidades de éxito electoral. Éstos son: las alianzas orientadas a la movilización y apoyo electoral con diversas organizaciones civiles y grupos de interés de distinto tipo; la creación de estructuras de interés que explotan las fórmulas corporativas y

⁴⁹ Los profesionales son los técnicos o los expertos que dominan una serie de conocimientos especializados útiles e indispensables para los objetivos del partido. Panebianco, Angelo. *Op. cit.*, p. 433.

clientelares; la utilización de estrategias que aprovechan los cargos públicos o el mismo ejercicio del poder para obtener ventajas económicas y políticas sobre los adversarios; el uso electoral de las estructuras de gobierno, recursos públicos, alianzas o acuerdos con grupos políticos o de poder, políticas públicas, entre otros. A continuación analizamos cada uno.

Las relaciones o alianzas establecidas con diversas organizaciones de la sociedad civil, que son asociaciones independientes del partido que representan los más variados intereses de los grupos que forman parte de la sociedad y que en contextos de alta competitividad electoral pueden ofrecer una reserva masiva de electores fácilmente accesibles porque, a diferencia de los partidos, mantienen contacto permanente con sus seguidores. Sobre esto, Kirchheimer dice:

Si un partido quiere ganar el mayor número posible de electores, debe configurar sus relaciones con los grupos de interés de modo que no rechace ningún elector potencial ligado a otros intereses.⁵⁰

Ésta es la causa por la que son utilizados como estructuras de intermediación con los grupos sociales que éstas representan, esto es, sirven como instrumentos de vinculación con sectores sociales donde el partido carece de presencia o desea aumentarla y como fuentes de votos. Los vínculos establecidos entre los partidos y los grupos de interés ya no forman parte de una estrategia común de largo plazo, sino en los beneficios que cada parte pueda obtener en una determinada coyuntura.

La creación de redes de apoyo a candidatos basadas en los intereses coyunturales de diversos sectores sociales (como estudiantes, empresarios, intelectuales, mujeres, grupos vulnerables, colonos, trabajadores de algún sector, etc.) organizadas en torno a temas específicos y que realizan proselitismo a favor de la oferta de algún partido o candidato.

⁵⁰ Kirchheimer, Otto. *Op. cit.*, pp. 340-341.

Estas redes o estructuras de interés atraen y vinculan a los partidos con una amplia diversidad de simpatizantes y apoyos para canalizar sus demandas. A través de este tipo de mecanismos, el partido crea una red de vinculación mediante la cual pueda interactuar con la sociedad, sólo construye redes de apoyo estrictamente coyunturales para asegurar simpatías y votos el día de la elección pero que no se traducen en voto duro en elecciones posteriores.

La estructura de los partidos en el gobierno también constituye otro mecanismo de vinculación con la sociedad que les sirve para reforzar, complementar o fortalecer las redes de vinculación establecidas mediante la estructura partidista y otros mecanismos informales. Como ya dijimos, los partidos se agregan a un sistema político con la finalidad de disputarse el poder, buscando a través del sufragio adquirir la suficiente legitimidad para crear una estructura de gobierno que les permita llevar a cabo su propuesta programática. Sin embargo, los partidos buscan ejercer el poder no sólo con la finalidad de administrar y dar conducción al país con base en su propuesta política, también para fortalecer la estructura institucional de su partido, retener el apoyo de sus electores y ganar el de otros. En contextos de alta competitividad electoral, el ejercicio del gobierno le da a cualquier partido una situación de privilegio sobre sus adversarios, en el sentido de que pueden obtener ventajas políticas, estructurales y económicas por encima de los partidos opositores.

Al respecto, Dunleavy afirma que “la enorme cantidad de recursos con los que cuenta el Estado le dan una ventaja considerable”, de forma que los partidos en el gobierno pueden disponer de ellos y generar estrategias para desarrollar su función electoral, mantenerse en contacto con la gente durante periodos electorales y no electorales, e incluso, moldear las preferencias de los gobernados.

Así, por ejemplo, mediante la implementación de ciertas políticas públicas en materia de desarrollo económico y/o social (ambas ampliamente susceptibles de ser capitalizadas electoralmente por un partido), el gobierno puede beneficiar a determinados sectores sociales al punto en que puede alterar la posición de esos grupos en la escala social y económica, algo que puede incidir en las preferencias electorales.⁵¹ El adecuado desempeño de las acciones de gobierno también es utilizado como insumo para moldear las preferencias de los gobernados, porque mientras más coherencia tenga el ejercicio de gobierno con las propuestas del partido ofertadas en campaña, tendrá mayores posibilidades de una reelección.

Cabe destacar que, en cualquier caso, el margen de acción del gobierno a favor de su partido depende del sistema de partidos, esto es, cuando un partido llega con una mayoría suficiente de votos al gobierno, éste tendrá amplio margen de acción. En cambio, cuando llega con un apoyo minoritario, se reduce la posibilidad de beneficio y depende de la capacidad de negociación con otros actores de la coalición gobernante para impulsar las políticas en la dirección deseada.

En la medida en que la utilización de estas nuevas formas de acercamiento e interacción alternos al formal, posibilitaron una vinculación con sectores sociales e intereses más amplios y maximizaron el alcance electoral del partido, la estructura organizativa del partido atrapa-todo dejó de constituir el mecanismo de vinculación social por excelencia. Si la estructura organizativa del partido establecía el puente natural de acercamiento e interacción con la ciudadanía para desarrollar sus funciones, ¿cómo concibe las funciones un partido cuyo potencial de implantación territorial y vinculación

⁵¹ Dunleavy citado por Ware, Alan. *Partidos políticos y sistemas de partidos*, Istmo, España, 2004, pp. 496-497.

social no recae específicamente en su estructura organizativa? ¿Cómo desarrolla el partido *atrapa-todo* sus funciones cuando la vinculación social se establece a través de mecanismos alternos a su estructura formal?

En primer lugar es conveniente decir que el cambio en la forma de vincularse con la sociedad y por ende, de concebir y desarrollar sus funciones, tiene que ver con la modificación de los objetivos que persigue el partido. El partido *atrapa-todo* no contribuye a fijar ningún tipo de identidad colectiva porque el carácter ideológico de sus acciones fue sustituido por una lógica de actuación pragmática orientada casi exclusivamente a los procesos electorales. De acuerdo con Kirchheimer, ese partido:

*renuncia a los intentos de incorporar moral y espiritualmente a las masas y dirige su atención ante todo hacia el electorado; sacrifica por tanto, una penetración ideológica más profunda por una irradiación más amplia y un éxito electoral más rápido. La perspectiva de una tarea política más limitada y de un éxito electoral inmediato se diferencia esencialmente de los antiguos fines más comprensivos; hoy se considera que los fines de antaño disminuyen el éxito porque asustan a buena parte de la clientela electoral, que es potencialmente toda la población.*⁵²

En el momento en que los partidos cambiaron sus objetivos doctrinales por otros más orientados a la competencia electoral, se volvieron “menos sociales y más pragmáticos, selectivos y limitados en sus metas temporales y programáticas”⁵³. Esto quiere decir que redujeron la esencia social de sus acciones y los incentivos de identidad, expresión y representación política de determinadas demandas ciudadanas, a cambio se concentraron en actividades orientadas casi exclusivamente a periodos electorales, la creación de una propuesta ideológica “neutral” y la promoción de una oferta programática basada en temas de interés coyuntural dirigidas a amplios sectores del electorado.

⁵² Kirchheimer, Otto. *Op. cit.*, p. 331.

⁵³ Alarcón Olguín, Víctor. “La teoría de los partidos políticos ante los retos del cambio de siglo”, en *Polis 03*, Universidad Autónoma Metropolitana, vol. 1, México, 2003, p. 16.

En segundo lugar, si la función electoral y de formación de gobiernos, constituyen un mecanismo político de vinculación social que puede rebasar al mecanismo estructural, cuando la estructura organizativa es limitada o no permite que el acercamiento con la ciudadanía trascienda hacia varios sectores sociales. En el caso del partido atrapa-todo, estas funciones no sólo rebasan la vinculación a nivel de la estructura partidaria sino que al adquirir un alto grado de especialización, su estrategia las convierte en la razón de ser de este tipo de partidos así como en mecanismos exclusivos de contacto e interacción con la ciudadanía así como de atracción de simpatizantes y votos. Por ejemplo, la movilización electoral y del voto se realiza a través de la organización de campañas mediáticas centradas en los candidatos y orientadas a temas generales, de alianzas con otras fuerzas políticas y grupos de interés, de las organizaciones alternas y de las redes de apoyo coyuntural para que la imagen del partido penetre en la mente de millones de electores, se obtenga mayor impacto en la opinión pública y los sufragios necesarios para acceder al gobierno. El ejercicio del poder de estos partidos revela ausencia de compromisos programáticos sólidos con sectores sociales y más acercamiento con ciertos grupos de poder político o económico que le pueden brindar su apoyo en los procesos electorales.

Según Puhle, en la medida en que los partidos atrapa-todo hicieron evidentes sus limitantes para constituir una verdadera opción de intermediación social, durante los últimos 30 años del siglo XX han reestructurado su organización, funcionamiento y estrategia de operación. Si bien, los autores que han seguido de cerca la evolución del modelo de partido definido por Kirchheimer, le han brindado diversas características, la tendencia adoptada por los partidos políticos al principio del siglo XXI ha sido la

progresiva profesionalización en su funcionamiento interno y tareas que los lleva a seguir métodos pragmáticos así como una orientación exclusivamente electoral.⁵⁴

Entre las clasificaciones posteriores al partido atrapa-todo, los autores se han referido básicamente a tres tipos más. Aunque éstos reflejan distintos rasgos organizativos, de operación y objetivos, siguen manteniendo algunos de los rasgos originales de los clásicos modelos de cuadros y de masas. Éstos son:

"Modernos partidos de cuadros"⁵⁵ cuyos rasgos esenciales son: el liderazgo de grupos profesionales con alto grado de rendición de cuentas; tiene pocos miembros y simpatizantes pero son la fuente principal del financiamiento, reclutamiento de candidatos y funcionamiento de la estructura, apela al electorado no de la forma del atrapa-todo ni con tendencia hacia un sector específico, se articula mediante enlaces verticales para mantener una imagen de jerarquía y cierto grado de democracia interna, depende de recursos de subsidio público, cuotas y donaciones de sus miembros.

"Partidos programáticos"⁵⁶, que también se enfocan en la organización de campañas pero son más consistentes en su agenda programática y en la estructuración de temas, la formación de gobiernos o la búsqueda de puestos forma parte de su plataforma política, tiene una base social más cerrada y mantiene vínculos con organizaciones civiles.

"Partidos de cartel"⁵⁷, que se caracterizan por su interrelación con el Estado al punto en que deja de operar como intermediarios entre la sociedad y el Estado para convertirse en "agentes del Estado".

⁵⁴ Puhle, Hans-Jürgen. "Still the age of catch-allism?", en Gunther, Richard. *et. al. Political parties*. Oxford University Press, Nueva York, 2002, pp. 59, 65-66 y 77.

⁵⁵ Wolinetz, Steven B. "Beyond the catch-all party: approaches to the study of parties and party organization in contemporary democracies", en Gunther, Richard. *et. al. Political parties*. Oxford University Press, Nueva York, 2002, p. 141.

⁵⁶ Diamond, Larry y Richard Gunther. *Op. cit.*, p. 27.

⁵⁷ Katz, Richard. *Op. cit.*, p. 109.

Existen además, otras clasificaciones que lejos de distinguir entre partidos con características diferentes, apuntan hacia los objetivos o áreas de interés que atraen la atención de éstos. Por ejemplo, en la literatura podemos encontrar referencias a los llamados *vote-seeking party*, cuyo objetivo principal es buscar y maximizar los votos para ganar elecciones; *policy-seeking party*, que con algunas variantes, también se conocen como “partidos programáticos” porque se plantean objetivos relacionados con el impulso e implementación de políticas públicas; *office-seeking party*, interesados en asegurar posiciones en puestos y cargos de gobierno con el fin de obtener beneficios para su élite gobernante o partidista.⁵⁸ Aunque esos partidos reflejan distintas facetas de actuación, todos comparten un rasgo común: su forma de operar da primacía a las coaliciones.

Clasificaciones como ésta sólo presentan una aproximación a la variedad de características que asumen los partidos en función de los diversos contextos donde se desarrollan hoy día, la complejidad y profesionalización de sus tareas, la forma en que llevan a cabo sus funciones, así como las reglas de competencia del sistema de partidos a las que están sometidos, pero de ninguna manera corresponden modelos de partido como los antes descritos.

1.3.2 La adopción de nuevos mecanismos de vinculación social y sus implicaciones en el funcionamiento actual de los partidos.

El cambio en la estructura partidaria, en los mecanismos tradicionales de vinculación con la sociedad y, en consecuencia, en la forma de cumplir con las funciones y en la exclusiva orientación electoral que experimentan los partidos en la actualidad, ha

⁵⁸ Wolinetz, Steven B. *Op. cit.*, p. 148.

llevado a cuestionar la efectividad de su rol de intermediación social, a tal punto que se plantea la existencia de un desgaste de éstos y de una fuerte crisis en relación a su vida interna, su desempeño como instrumento de intermediación y con el cumplimiento de sus funciones. Algunos autores han aludido a una serie de prácticas y situaciones que se consideran como indicadores o los síntomas más claros de la crisis de los partidos, por ejemplo: la disminución en la cantidad de sus miembros; la reducción en la participación electoral de los ciudadanos; reducción en el involucramiento y participación en los asuntos políticos; el aumento en la fragmentación de los sistemas de partidos; la pérdida de simpatizantes y voto duro; una excesiva tendencia a la mediatización de la política que ha deteriorado la imagen de la política en general y de los partidos, provocando la desconfianza ciudadana en líderes políticos, gobernantes e instituciones.⁵⁹

Para fines analíticos, tales síntomas los podemos agrupar en dos ámbitos del quehacer partidista: al interior del partido, cuando no se satisfacen las “expectativas de organización, identidad social e ideológica que su membresía espera en términos de recompensas, méritos y posiciones”.⁶⁰ En el momento en que los partidos se alejan de sus bases sociales no sólo debilitan su mecanismo natural de vinculación social, sino reducen la atención hacia su voto duro y la promoción de sus liderazgos internos. Al exterior del partido, cuando se deja de cumplir con el rol de intermediación para “mediar y transmitir las demandas ciudadanas dentro de una competencia electoral así como para acceder al poder y al gobierno”⁶¹. Mientras la élite partidista sustituye su mecanismo natural de vinculación con la sociedad, se aleja de su ser social representativo y adquiere un carácter

⁵⁹ Hofmeister, Wilhelm. “Partidos políticos y sociedad. Los desafíos para los partidos populares”, en *Bien común y gobierno*, Fundación Rafael Preciado Hernández, núm. 40, marzo de 1998, p. 8

⁶⁰ Alarcón Olguín, Víctor. *Op. cit.*, pp. 15-16.

⁶¹ La crisis de los partidos también remite al “desgaste en la credibilidad política que tienen las reglas y mecanismos de competencia para promover el cambio de gobernantes y la generación de consensos, alianzas y decisiones entre los diversos grupos que compiten y coexisten en la sociedad”. *Ídem*.

eventual, más orientado a la organización de elecciones. Esta tendencia asumida por muchos de los partidos actualmente, ha provocado una pérdida de credibilidad por parte de la ciudadanía sobre la eficacia de su desempeño y un descrédito, en tanto opciones de representatividad e intermediación.

Como hemos visto, los cambios experimentados en las estructuras partidistas y en sus mecanismos de vinculación, la mala percepción ciudadana de la política partidista así como la serie de sucesos mundiales que afectaron los componentes esenciales y las coordenadas básicas de las relaciones sociales y políticas y que dieron paso a ambientes electorales altamente competitivos, han hecho que los partidos busquen la forma de ser más eficaces. Para lograrlo, han adecuado sus estrategias de organización y funcionamiento para competir en mejores condiciones y obtener mejores resultados electorales. Es importante recordar que un partido es competitivo cuando adquiere la suficiente fuerza para disputar los cargos de elección popular y formar gobiernos.

El tema de la competitividad partidista, nos conduce a referirnos a la existencia de un conjunto de normas, prácticas e instituciones que determinan la forma cómo se estructura la competencia electoral en un sistema de partidos.

Quando la estructura de la competencia es cerrada sus resultados son altamente predecibles, con pocos cambios en las alternativas de gobierno. Cuando la estructura es relativamente abierta y sus resultados por tanto impredecibles, la alternancia y los cambios son frecuentes, con diferentes partidos accediendo con cierta facilidad a los roles de gobierno.⁶²

Por tal motivo, la efectividad de un sistema de partidos en un país no descansa en la existencia de pocos o muchos partidos, sino en que la estructura de competencia permita que todas las fuerzas partidistas, en función de su competitividad, puedan acceder al poder.

⁶² Reyes del Campillo, Juan y Tania Hernández Vicencio. “Partidos y sistema de partidos en México. De la Hegemonía al pluralismo”, en Attili, Antonella. *Treinta años de cambios políticos en México*, Cámara de Diputados, Porrúa, UAM, México, 2006, p. 71.

Al respecto es importante decir que para Sartori, “la competencia incluye la competitividad como algo potencial” y “la competitividad presupone la competencia (como estructura)”, en consecuencia “la competitividad es una de las propiedades o uno de los atributos de la competencia”⁶³. Esta afirmación nos conduce a dos reflexiones.

Primera, la competencia como estructura divide a los sistemas de partidos en competitivos y no competitivos. Un sistema competitivo es aquel en el que las reglas que rigen la competencia permiten a todos los partidos disputarse el poder en igualdad de condiciones. Esta situación conduce al partido gobernante a tomar en cuenta aspectos relacionados con su desempeño en el gobierno porque necesita mantener un núcleo duro de votantes si es quiere mantenerse en el poder. Un sistema no competitivo es aquel en el que la competencia no se desarrolla en términos de igualdad, sea porque favorecen de una forma u otra a algún partido, no permiten adecuadamente el desempeño del resto de los partidos, el proceso electoral se desarrolla en torno a un sólo actor central, o porque no existen las condiciones mínimas de justicia y equidad para que la competencia se desarrolle de forma efectiva. A diferencia del sistema competitivo donde el partido en el poder debe mantener las preferencias de sus electores y ganar las de otros si desea conservar el poder, en el sistema no competitivo el cambio de las preferencias partidarias no es un factor que determine la alternancia con el partido mayoritario. Según Nohlen, la teoría democrática liberal se fundamenta en la estrecha relación entre elecciones y democracia, esto quiere decir que “sin la abierta competencia por el poder entre fuerzas sociales y agrupaciones políticas, no hay democracia”⁶⁴. De esta forma, las elecciones competidas como fórmula de

⁶³ *Ibidem*, pp. 258-259.

⁶⁴ Nohlen, Dieter. *Sistemas electorales y partidos políticos*, FCE, México, 1994, p. 12.

legitimación del sistema político, constituyen no sólo el rasgo distintivo de la democracia sino la condición *sine qua non* de su funcionamiento.

Segunda, a pesar de que existan las condiciones para una competencia efectiva, un sistema tampoco será competitivo porque los partidos no son lo suficientemente competitivos. Un partido no es competitivo cuando carece de la capacidad institucional suficiente para representar una fuerza capaz de atraer una gran cantidad de votos, hacer reñida una contienda electoral o acceder al poder. Esto puede suceder por dos causas: porque su estructura organizativa es muy limitada o no se ha desarrollado lo suficiente para establecer una sólida red vinculación social mediante la cual pueda realizar sus funciones y construir una base sólida de apoyo electoral. También porque la estructura de la competencia no permite el desarrollo institucional de los partidos o les impide desempeñar el rol de intermediación cerrando las posibilidades de obtener subsidio público, acceso a los medios de comunicación, formar parte de decisiones importantes, impulsar su propuesta programática o crear contrapesos en el congreso, restringiendo su expresión organizada. Para que un sistema sea competitivo, los partidos deben tener las condiciones mínimas de desarrollo organizativo y legitimidad para constituir una opción viable al electorado y ejercer presión sobre el resto de las opciones.

Podemos decir entonces que para que un sistema de partidos sea eficaz debe tener reglas, prácticas e instituciones que permitan estructurar una competencia abierta por el poder y opciones partidarias con cierto grado de competitividad, sólo en este caso las contiendas electorales permitirán que distintas alternativas de gobierno accedan a los cargos públicos y la correlación de fuerzas políticas se mantenga en constante movimiento.

CONCLUSIÓN

A lo largo de este capítulo hemos presentado una reflexión conceptual para entender la forma cómo un partido político se vincula con la sociedad. En las sociedades democráticas los partidos políticos son instrumentos de intermediación entre la sociedad y el gobierno para representar los intereses sociales y dar legitimidad al ejercicio del poder. Con esa finalidad los partidos se vinculan con la ciudadanía en dos niveles: el estructural y el político. El primero tiene que ver con las unidades o sedes estatales, locales, municipales, etc., del partido que le permiten tener presencia en las distintas regiones de un país y le sirven como canales de acercamiento e interacción con las distintas comunidades de las entidades, secciones electorales, municipios, localidades, colonias y barrios.

La forma natural que un partido tiene para mantenerse en contacto permanente con la sociedad es por medio de su estructura organizativa, a partir de ésta, el partido desarrollará diversas tareas orientadas a la representación de sus intereses, a la legitimación del ejercicio del poder, así como a la edificación de bases de apoyo y simpatías electorales más o menos estables y permanentes. Esas tareas o funciones que el partido desarrolla son otro mecanismo de vinculación social. De esa forma, la estructura y las funciones constituyen los mecanismos formales de los que un partido dispone para acercarse e interactuar con su fuente de legitimidad.

La eficacia de un partido para cumplir con su rol intermediario y constituirse como opción político-electoral fuerte en el sistema de partidos, depende de su mecanismo formal de vinculación, es decir, si la estructura partidista es amplia podrá establecer una sólida red de acercamiento e interacción con distintas comunidades, por el contrario, si ésta es limitada, la vinculación se establecerá sólo con ciertos sectores o grupos, disminuyendo su

capacidad de representación. En el segundo caso, las funciones adquieren más fuerza, sobrepasando el nivel de vinculación estructural.

En la medida en que el contexto se volvió altamente competitivo, los partidos se enfrentaron al reto de adaptarse a una realidad social y política distinta si es que pretendían sobrevivir como organizaciones, ser más eficientes como opciones de intermediación política para el electorado y tener mayores posibilidades de éxito electoral, en ese momento, empezaron a tomar relevancia otras formas de vinculación con los ciudadanos, alternas a las tradicionales. Las alianzas orientadas a la movilización y apoyo electoral con diversas organizaciones civiles y grupos de interés de distinto tipo, la creación de estructuras de interés que explotan las fórmulas corporativas y clientelares, el uso electoral de las estructuras de gobierno, recursos públicos, alianzas o acuerdos con grupos políticos o de poder, políticas públicas, entre otros, posibilitaron una vinculación con sectores sociales e intereses más amplios y maximizaron el alcance electoral del partido.

Sin embargo, han cuestionado la efectividad de su rol de intermediación social. Por un lado, han reducido la atención hacia su voto duro y la promoción de sus liderazgos internos, por otro lado, han provocado una pérdida de credibilidad por parte de la ciudadanía sobre la eficacia de su desempeño y un descrédito en tanto opciones de representatividad e intermediación.

CAPÍTULO 2.

EL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL Y SU ADAPTACIÓN A UN CONTEXTO DE ALTA COMPETITIVIDAD ELECTORAL

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este capítulo es dar respuesta a la pregunta: ¿cuáles fueron los mecanismos de vinculación social que el Partido Acción Nacional utilizó para integrarse a un contexto de alta competitividad electoral? Se parte de la siguiente hipótesis: desde sus orígenes, la forma mediante la cual el PAN se vinculó con la ciudadanía no recayó en su estructura organizativa de partido de cuadros, sino en las redes de contacto personal establecidas entre sus miembros y diversas organizaciones sociales afines. En la medida en que la estructura de competencia del sistema de partido hegemónico se abrió y generó un contexto de alta competitividad electoral, en ese partido adquirieron relevancia nuevos mecanismos alternos de acercamiento e interacción con la sociedad. Le brindaron la posibilidad de establecer una vinculación social más amplia para obtener más simpatías y votos durante los procesos electorales. Aunque dichos mecanismos le permitieron a Acción Nacional integrarse a un contexto de alta competitividad electoral, obtener triunfos electorales y formar gobiernos a nivel local y federal, no contribuyeron a reforzar una vinculación, mediante la estructura partidista, con la sociedad, ni con militantes, ni simpatizantes, que trascendiera las coyunturas electorales.

2.1 TRANSFORMACIÓN DEL SISTEMA DE PARTIDOS EN MÉXICO Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LOS PARTIDOS DE OPOSICIÓN.

México está entre los países que han tenido cambios importantes en las reglas que rigen la competencia electoral y la competitividad de sus partidos políticos. De acuerdo con Sartori, el sistema de partidos mexicano durante la mayor parte del siglo XX se ubicó en el género de los sistemas sin competencia y fue caracterizado como *hegemónico-pragmático*. Ese tipo de sistema presenta una estructura de competencia interpartidaria cerrada debido a que:

*no permite una competencia oficial por el poder, ni una competencia de facto. Se permite que existan otros partidos, pero como partidos de segunda, autorizados; pues no se les permite competir con el partido hegemónico en términos antagónicos y en pie de igualdad. No sólo no se produce de hecho la alternación, no puede ocurrir, dado que ni siquiera se contempla la posibilidad de una rotación en el poder. Esto implica que el partido hegemónico seguirá en el poder tanto si gusta como si no.*⁶⁵

Lo que diferencia al sistema de partido hegemónico de los sistemas competitivos, es que en el último existe una estructura de competencia abierta que posibilita la alternancia en el ejercicio del poder. En el primero, las normas de competencia restringen la posibilidad de que los puestos de elección popular se disputen entre todas las fuerzas políticas en igualdad de condiciones. En contraste con el sistema de partido único, donde la estructura de competencia es nula porque el actor central es un sólo partido, el sistema hegemónico sí presenta una estructura de competencia que permite la existencia de otros partidos autónomos, sin embargo, el control que el partido mayoritario ejerce sobre el sistema electoral hace que los partidos de oposición no puedan destituir del poder al partido mayoritario aunque tengan un número considerable de simpatías. Pese a que las normas de

⁶⁵ Sartori, Giovanni. *Op. cit.*, pp. 276-277.

competencia contemplan la existencia de partidos opositores, en los hechos no cabe la posibilidad de que el partido en el poder sea desafiado por éstos, lo cual quiere decir que la competencia también se encuentra regida por un conjunto de reglas informales que no coinciden con la apertura que muestran las reglas escritas.

Aún en un sistema de partido predominante, existe la posibilidad de que el partido que en una o varias elecciones ha ganado la mayoría absoluta de votantes y cargos, sea destituido por algún partido de oposición. En este caso, la posibilidad de perder el poder, se convierte en un riesgo latente que conduce a los partidos gobernantes a buscar que su desempeño sea coherente con los intereses de sus votantes, para conservar las preferencias en elecciones posteriores. Ante la posibilidad de desafío por parte de la oposición, cualquier modificación en el voto duro del partido en el poder puede poner en riesgo su posición gobernante. Comparado con el sistema hegemónico, el cambio en las preferencias partidarias de los votantes no afecta la estancia del partido mayoritario en el poder.

Basados en la descripción de Sartori, el rasgo más relevante del sistema de partido *hegemónico-pragmático* mexicano, fue la “continuidad electoral ininterrumpida” sustentada en una estructura “plural” de competencia y “el hecho paradójico de que las elecciones no eran una vía para acceder al poder”.⁶⁶ Dado que una de las condiciones para que un país tenga procesos electorales democráticos radica en que los partidos pierdan y ganen elecciones para que exista alternancia en el poder, México careció de tales procesos durante gran parte del siglo XX. Si bien, la celebración de elecciones consecutivas con la participación de distintas fuerzas partidistas, constituyó la única vía de legitimación del

⁶⁶ Reynoso, Víctor Manuel. *Los dilemas del crecimiento. El Partido Acción Nacional y sus fracciones frente a la vida política mexicana*. Tesis Doctorado, El Colegio de México, 2003, pp. 30-31.

ejercicio del poder político del Partido Revolucionario Institucional (PRI),⁶⁷ los procesos electorales no generaban alternancia en el gobierno. Esto quiere decir que en nuestro país, las reglas de competencia, plurales en teoría pero discrecionales en la práctica, dotaban al partido mayoritario de instrumentos legales para controlar las elecciones porque brindaban ventajas organizativas y logísticas sobre los oponentes, facilitaban la manipulación de la competencia electoral y la intervención en los procesos electorales. Además, incidían en la competitividad de las fuerzas partidistas de oposición porque minimizaban y ejercían control en sus posibilidades de representación y organización.⁶⁸

Algunos de los procedimientos legales utilizados por el PRI para limitar a los partidos de oposición en su lucha por desafiar al partido en el poder, fueron principalmente tres. En primer lugar, durante el proceso de organización y validación de las elecciones los partidos opositores tenían escaso control sobre la administración electoral, la cual estaba bajo el dominio del Poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Gobernación. En segundo lugar, el proceso de registro de partidos era conducido por el Secretario de Gobernación en su calidad de presidente del máximo órgano electoral, quien gozaba de facultades discrecionales para otorgar el registro a los partidos. En tercer lugar, la fórmula electoral utilizada permitió por muchos años la *sobrerrepresentación* del partido mayoritario y la

⁶⁷ El PRI emergió de la revolución de 1910 y logró constituirse durante mucho tiempo como representante de casi toda la sociedad gracias a que adoptó un modelo organizativo similar al de los partidos de masas. Aunque este modelo le permitió incorporar una diversidad de grupos sociales, sindicatos y agrupaciones campesinas, obreras y populares a la actividad política, quedaron excluidos los terratenientes, la iglesia, los grupos ideológicamente extremistas (conservadores y comunistas) y los empresarios (la exclusión del sector empresarial fue “simbólica pero no real” porque tenía “cámaras y confederaciones desde donde negociaban con el Estado”). Crespo, José Antonio. *Op.cit.*, p. 299. Ésto, dio pie a que los partidos de oposición se erigieran como representantes de estos grupos excluidos de la representación política que brindaba el partido mayoritario.

⁶⁸ Becerra, Ricardo, Pedro Salazar y José Woldenberg. *La mecánica del cambio político en México. Elecciones, partidos y reformas*. Cal y Arena, 2ª ed., México, 2000, pp. 20-21.

subrepresentación de los partidos de oposición.⁶⁹ De acuerdo con Reynoso, el absoluto control de los procesos electorales por parte del gobierno, basado en instrumentos legales e ilegales, fue lo que facilitó el llamado *fraude electoral* en México durante muchos años.⁷⁰

Por su parte, los criterios para reconocer legalmente como partido a una determinada organización política y su reducida representación en el Congreso de la Unión, no sólo pusieron en manos del partido mayoritario la centralidad de las decisiones públicas y la conducción política del país, también constituyeron un obstáculo para el desarrollo de partidos de oposición competitivos. Si la competitividad de un sistema de partidos requiere que cada uno de los partidos tenga cierto nivel de competitividad, la cual se mide en su capacidad organizativa para ejercer presión sobre el resto de las opciones del sistema y atraer la suficiente cantidad de votos para acceder al poder, entonces, ¿cuáles eran los rasgos de los partidos opositores en el sistema hegemónico en México?

2.1.1 Los partidos de oposición en el sistema de partido hegemónico.

Primero, debemos identificar dos tipos de partidos de oposición. Por un lado, los impulsados por el gobierno como *partidos leales*, cuya función era legitimar las elecciones y garantizar una mínima credibilidad en ellas. Esos partidos fueron: el Partido Socialista de los Trabajadores (PST), el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM) y el Partido Popular Socialista (PPS) fundados en 1948, 1951 y 1973 respectivamente. Según Irma Méndez, asumieron el papel de *oposición leal* porque los tres, entre 1958 y 1982, a menudo apoyaron a los candidatos del PRI, especialmente a los presidenciales.⁷¹ Por otro

⁶⁹ Méndez de Hoyos, Irma. “La transición mexicana a la democracia: competitividad electoral en México, 1977-1997”, en *Perfiles Latinoamericanos*, México, Flacso, núm. 24, junio de 2004, p. 46.

⁷⁰ Reynoso, Víctor Manuel. *Op. cit.*, p. 27.

⁷¹ Méndez de Hoyos, Irma. *Op. cit.*, p. 45.

lado, los partidos independientes, es decir, aquellos que tenían una vida institucional propia, pero que debido a la estructura de competencia no constituían una oposición real capaz de competir con el partido hegemónico en igualdad de condiciones. El ejemplo más claro de ese tipo de partidos de oposición fue el Partido Acción Nacional (PAN), el cual se erigió como una opción alternativa representante de los sectores sociales (conservadores, eclesiásticos, clase media y de profesionistas) excluidos de los métodos socializantes, estatistas, corporativos y monopólicos del gobierno postrevolucionario.

Segundo, la no competitividad del sistema hegemónico incidía en la competitividad de la oposición. En esa lógica, los partidos de oposición no eran competitivos porque su estructura organizativa no estaba suficientemente desarrollada para erigirse como un efectivo mecanismo de vinculación con la sociedad, ni desempeñar sus funciones políticas orientadas a la intermediación y a construir una base sólida de apoyo electoral. A esto, se sumaba el control del proceso e instituciones electorales y la limitación de prerrogativas como el subsidio público y el acceso a los medios de comunicación.

Bajo esas circunstancias, los partidos de oposición dentro del sistema hegemónico mexicano tenían una representación muy pequeña en el Congreso, no podían desempeñar un papel gubernamental o de oposición importante o encontraban series limitantes para ello, y prácticamente estaban excluidos de la toma de decisiones políticas. Por añadidura, ante las escasas oportunidades de desarrollo organizativo y el potencial de implantación territorial e integración del PRI, difícilmente podían ser partidos masivos y tener afiliaciones colectivas. En consecuencia, su forma de operación se asociaba con actitudes de demagogia, protesta e intransigencia y con una ausencia de profesionalización en la realización de sus funciones. Según Duverger, esa forma de operación es propia de los *partidos de minorías permanentes* y se debe al “mismo mecanismo psicológico que

conduce del complejo de inferioridad a la agresividad”, así como a “la ausencia de responsabilidades gubernamentales y de tener algún día oportunidades serias, lo que suprime todo freno a su oposición”⁷². Esos partidos, en muchas ocasiones, adquieren una tendencia exclusiva hacia lo dogmático y lo racional, algo que se refleja en una política amateur no profesional, alejada de responsabilidades de gobierno que los obliguen a cumplir con sus ofertas políticas y de gobierno.

Se puede afirmar que el PAN coincidía con las características del modelo de “minorías permanentes”, debido a que era una organización con vida propia, que participaba en los procesos electorales pero que jugaba el rol de oposición permanente con nulas posibilidades de formar un contrapeso real en el poder. Además, su estructura organizativa se asemejaba al modelo de partido de cuadros, razón por la cual, su potencial de vinculación social era limitado tanto para fines de participación y representación de diversos sectores ciudadanos, como para fines electorales. El siguiente apartado de este capítulo está destinado a profundizar en esto.

2.1.2 Crisis y transformación del sistema de partido hegemónico.

En la medida en que un partido goza de suficiente legitimidad para mantenerse en el poder porque ha desarrollado una estructura organizativa suficientemente amplia para vincularse y representar a un número importante de ciudadanos y organizaciones sociales, posibilitará una interacción entre el sistema social e institucional que le brinde estabilidad al sistema político. Cabe destacar, sin embargo, que en el caso de los partidos hegemónicos su capacidad representativa suele tener un límite en el tiempo, pues la inmovilidad del contexto político y social genera escenarios en los cuales su representatividad ya no será

⁷² Duverger, Maurice. *Op. cit.*, p. 320.

eficaz. En ese sentido, cuando éstos dejan de tener la capacidad institucional suficiente para absorber amplios sectores sociales con intereses distintos o antagónicos y ofrecer una opción eficaz de expresión a sus demandas, el sistema de partidos vigente entra en una crisis de representatividad que genera un proceso de construcción de un sistema partidista más plural y equilibrado.⁷³

En ese sentido, Reynoso plantea que un rasgo importante del sistema hegemónico mexicano durante los años veinte, treinta y cuarenta, fue la estabilidad y continuidad política. Los indicadores más claros fueron: la no suspensión de las elecciones y la conclusión del periodo de gobierno de los presidentes en turno.⁷⁴ Esto revela que durante las primeras décadas de su gobierno, por encima de las fórmulas legales o ilegales para garantizar la mayoría, el PRI gozó de una dosis importante de legitimidad social que le permitió preservar la estabilidad del régimen político. Sin embargo, el partido hegemónico como cualquier otra organización partidista era una estructura en evolución que reaccionó al cambio del contexto donde operaba. La inmovilidad del sistema social y su repercusión en la lógica del sistema político, poco a poco ejercieron presión sobre su funcionamiento.

A medida que los alineamientos electorales del Revolucionario Institucional empezaron a debilitarse, le fue más difícil al partido mayoritario mantener su hegemonía, porque el cambio en las preferencias de los votantes llevó a buena parte de la sociedad a buscar otras opciones de representatividad. En ese momento, la oposición marginada del ejercicio del poder empezó a expandir sus bases electorales, ésto se reflejó en la inestabilidad de los resultados electorales del PRI y en una creciente fragmentación del sistema de partidos. Si como dijimos, la pluralidad es el factor que limita los excesos del

⁷³ *Ibidem*, pp. 298 y 303.

⁷⁴ A excepción de Álvaro Obregón y Pascual Ortiz Rubio, el resto de los presidentes terminaron su periodo de gobierno. Reynoso, Víctor Manuel. *Op. cit.*, p. 31.

poder, porque permite a los ciudadanos identificarse con el proyecto político de su preferencia y adquirir un nivel de consenso o disenso respecto de las reglas del juego democrático para ejercer cambios, el crecimiento de la pluralidad política fue la causa que determinó la crisis del sistema de partido hegemónico. Dicho crecimiento no sólo se reflejó en la ampliación de las preferencias electorales hacia fuerzas partidistas distintas al partido mayoritario en varias entidades del país, sino también, en el paulatino aumento en el desarrollo organizativo y capacidad competitiva de los partidos de oposición.⁷⁵

Podemos decir entonces, que la disminución en las preferencias electorales a favor del PRI y el aumento en las preferencias de la oposición y en su capacidad competitiva, provocaron una crisis de representatividad del Revolucionario Institucional y en consecuencia, del sistema de partidos, que evidenció la necesidad de reformar la estructura de la competencia electoral. Si la abierta lucha por el poder a través de elecciones competidas constituye una de las condiciones de la democracia, la transición a la democracia en México se dio a partir de un proceso de liberalización de la vida política que implicó una transformación gradual del sistema de partidos no competitivo, a otro que garantizara mejores condiciones para la verdadera competencia interpartidaria.

La Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procedimientos Electorales (LFOPPE) promulgada en 1977, fue el punto de partida de la formación del actual sistema de partidos políticos en México, porque estableció las bases para abrir la competencia electoral. Con esa finalidad, la ley reconoció a los partidos como entidades de interés público, amplió sus derechos y prerrogativas así como los espacios de representación en el Congreso. La importancia de esa ley no sólo fue la introducción de los instrumentos legales para fortalecer al sistema político-electoral, sino la serie de reformas sucesivas que

⁷⁵ Reyes del Campillo, Juan y Tania Hernández Vicencio. *Op. cit.*, p. 72.

desencadenó en los años posteriores: 1986, 1990, 1993, 1994 y 1996. Esencialmente, todas esas reformas se concentraron en tres ámbitos que incluían los temas más importantes de la agenda electoral de tres décadas: los órganos y procedimientos electorales para darles imparcialidad a los procesos electorales; el marco reglamentario de partidos y agrupaciones políticas; las fórmulas de integración de los órganos legislativos y de las instituciones decisorias del Estado.⁷⁶

La liberalización de la competencia política realizada entre 1977 y 1996, transformó el sistema de partidos: abrió la estructura de competencia e impulsó la competitividad de los partidos de oposición. Si uno de los mayores problemas de las reglas de competencia era que dotaban a la autoridad gubernamental de instrumentos legales para controlar los procesos electorales y minimizar la representación de los partidos de oposición. Mediante la reforma a los órganos y procedimientos electorales, el sistema electoral dejó de estar supeditado a la autoridad gubernamental y quedó en manos del Instituto Federal Electoral (IFE), institución encargada de organizar, reglamentar, vigilar y evaluar los procesos electorales. Otro aspecto en que se centró el conjunto de reformas fue en el fomento de la competitividad de las fuerzas partidistas a través de la ampliación de sus prerrogativas y la definición de sus obligaciones. Además, en la creación de fórmulas de integración del Legislativo más equilibradas para eliminar la centralidad de las decisiones públicas y ampliar la representación de fuerzas de oposición en ambas cámaras.

Para la década de 1990, los cambios impulsados por las reformas ya empezaban a configurar un sistema de partidos competitivo. Muchas contiendas electorales derivaron en experiencias de alternancia en distintos estados y en la instauración de gobiernos divididos. Treinta años después de iniciado el proceso de liberalización de la competencia política vía

⁷⁶ Becerra, Ricardo, Pedro Salazar y José Woldenberg. *Op. cit.*, p. 42

las reformas al sistema electoral y de partidos se produjo la alternancia en el gobierno federal, dando por terminada la estancia del partido hegemónico en la presidencia. Además, el sistema de partidos adquirió un carácter multipartidista, liderado a nivel nacional por tres partidos: el PRI, el PAN y el Partido de la Revolución Democrática (PRD), y a nivel local por dos.

2.1.3 La competitividad de los partidos de oposición.

Si bajo la lógica de competencia de un sistema de partido hegemónico, la oposición estaba integrada por partidos con rasgos de minorías permanentes, ¿cómo se reflejaron en los partidos de oposición los cambios provocados por las reformas electorales? Mientras el sistema de partidos se mantuvo cerrado a la competencia electoral, los partidos de oposición no tuvieron niveles de competitividad suficientes para constituirse en una opción capaz de disputar el poder al partido mayoritario. Si el entorno político no les brindaba la posibilidad de desarrollarse, era difícil ser competitivos. A medida que el proceso de liberalización política comenzó, se ampliaron las posibilidades de representación de la oposición y con ello, las oportunidades de participar sin las restricciones de antaño. En ese momento, los partidos que pretendían constituirse en una opción político-electoral para la ciudadanía, se vieron obligados a adaptarse a la nueva lógica política que ampliaba las posibilidades de una competencia electoral abierta. La oposición partidista se sometió a un proceso de adaptación que implicó la modificación de su estructura organizativa y de sus estrategias de operación para competir en mejores condiciones.

El cambio organizativo de los partidos mexicanos consistió básicamente en la flexibilización de su estructura, en la desideologización de su propuesta así como en la progresiva profesionalización de sus acciones y forma de desarrollar sus funciones. Un

cambio de tal magnitud impactó directamente en su forma de vincularse con la sociedad porque su estrategia de acción se orientó a ampliar sus vínculos con aquellos sectores ciudadanos que no figuraban entre sus simpatizantes, con la finalidad de tener mayores posibilidades de éxito en la competencia electoral. Los cambios en las estructuras de los partidos de oposición y en su forma de operación se reflejaron en el paulatino incremento de su competitividad y de sus alineamientos electorales. Para la elección federal de 1988, la progresiva competitividad adquirida por la oposición evidenció el punto máximo de la crisis del sistema de partido hegemónico y con ello, el inicio del proceso de transición a la democracia. Además, una orientación electoral en la estrategia de los partidos, la cual los llevó a adoptar rasgos organizativos similares a los del modelo de partido atrapa-todo.⁷⁷

En suma, la posibilidad que abrió el sistema político hacia una efectiva participación de los partidos de oposición generó un entorno político de fuerte competencia electoral, ante el cual, éstos tuvieron que buscar la forma de adaptarse a las nuevas circunstancias. La forma de hacerlo fue mediante una reforma a su organización, estrategia y programa político, que impactó en su forma de relación con la sociedad y en el desarrollo de sus funciones. El caso del Partido Acción Nacional ejemplifica ese proceso de adaptación a un entorno de creciente competitividad electoral que implicó cambios en su forma organizativa original y en su estrategia como partido de oposición. A continuación profundizaremos en la transformación organizativa del PAN y en sus implicaciones para su relación con la sociedad.

⁷⁷ Sobre esto último, es importante subrayar que el limitado desarrollo y consolidación institucional alcanzado por los partidos de oposición permitió que adoptaran con cierta facilidad rasgos profesionales y electorales. Además, la presión ejercida por el entorno para integrarse a una estructura de competencia abierta aceleró su transformación. Esto quiere decir que la adecuación de los partidos se dio a causa de las presiones del entorno más que de una motivación propia de transformación orientada a cumplir de forma más eficiente sus funciones como partidos de oposición. Reyes del Campillo, Juan y Tania Hernández Vicencio. *Op. cit.*, pp. 69, 73-74.

2.2 LA TRANSFORMACIÓN DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL Y SU VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD.

Hablar de la transformación organizativa del Partido Acción Nacional, nos remite a dos procesos fundamentales. Por un lado, los cambios del sistema político mexicano resultado de la liberalización de la competencia política y la serie de reformas electorales iniciadas a principios de la década de 1960. Por otro lado, los intentos de consolidación o institucionalización⁷⁸ del partido impulsados por la dirigencia panista durante los años ochenta, a causa de la crisis que ese partido vivió a lo largo de la década de 1970. De forma que, en estrecha relación con los cambios del sistema político mexicano, el PAN experimentó un importante proceso de institucionalización que lo llevó a adquirir un perfil organizativo y de operación distinto al de sus orígenes e incrementar paulatinamente su nivel de competitividad como opción opositora en el sistema de partido.⁷⁹

Para los fines que persigue esta investigación, no interesa analizar la institucionalidad en sí misma, como proceso mediante el cual, Acción Nacional se consolidó organizativamente e incrementó su competitividad como opción opositora. Lo que se pretende conocer es hasta qué punto la institucionalización de ese partido subsanó sus limitantes estructurales de origen, para establecer un vínculo más amplio con la

⁷⁸ De acuerdo con Panebianco, la institucionalización es el proceso mediante el cual un partido alcanza cierto grado de autonomía respecto de su medio ambiente así como de sistematización o interdependencia entre los distintos elementos que lo conforman. Este proceso permite determinar si el partido se ha consolidado como una institución fuerte o débil por medio de cinco indicadores: la presencia de una burocracia central desarrollada y un aparato nacional fuerte independiente de las organizaciones secundarias, la homogeneidad o semejanza entre los órganos internos del mismo nivel jerárquico, modalidades de financiamiento múltiples y regulares que garanticen el mantenimiento de la estructura burocrática y la autonomía del partido de cualquier control externo, relación de predominio con otras organizaciones y congruencia entre los estatutos y la estructura real de poder. Panebianco, Angelo. *Op. cit.*, pp. 117-118 y 123-124.

⁷⁹ Reynoso, Víctor Manuel. "La institucionalidad panista: situación actual y perspectivas", en Reveles Vázquez Francisco. *Op. cit.* p. 149.

sociedad y desarrollar de forma más efectiva sus funciones. Para avanzar en una respuesta, es necesario pasar revista al modelo fundacional del PAN.

2.2.1 La fundación del PAN: características y objetivos.

El partido se fundó en 1939 como una organización permanente de ciudadanos con registro de partido político, sin carácter corporativo. Su objetivo fue constituirse como instrumento de representación, expresión y canalización política de aquellos sectores sociales (conservadores, eclesiásticos, clase media y de profesionistas) que no querían ser partícipes de los métodos socializantes, estatistas, corporativos y monopólicos del régimen postrevolucionario encabezado por el PRI. Sus acciones se orientaron más al adoctrinamiento cívico que a la disputa por el poder político.

Manuel Gómez Morín, primero, y Efraín González Luna, después, miembros de grupos de profesionistas universitarios y de organizaciones católicas, respectivamente, fueron los impulsores de la creación del partido. A ellos se sumaron varios grupos con antecedentes profesionales y/o políticos⁸⁰ que coincidieron con el planteamiento original de “partido de ciudadanos” e iniciaron la integración, organización y articulación de las unidades de base del partido. Según Francisco Reveles, el proceso de construcción del partido se realizó por penetración territorial⁸¹, esto quiere decir, que el grupo de fundadores

⁸⁰ Entre los fundadores es posible destacar varios grupos tomando en cuenta sus antecedentes profesionales y políticos: los que habían colaborado en el gobierno durante la presidencia de Díaz, los que habían participado en el movimiento antirreeleccionista de Madero; los que habían colaborado en algunos de los primeros gobiernos revolucionarios, los que habían militado en organizaciones católicas (en especial de la Unión Nacional de Estudiantes Católicos) y por destacados profesionistas que coincidieron con el planteamiento original de “partido de ciudadanos”. Todos ellos integraron el primer Consejo Nacional del partido, uno de los principales órganos de dirección. Reveles Vázquez, Francisco. *El PAN en la oposición: historia básica*. Gernika, México 2003, p. 24-26.

⁸¹ Según Panebianco, uno de los factores que contribuyen a definir el modelo originario de un partido político es su modo de construcción, es decir, la manera como integra y articula sus bases territoriales. Una de ellas es la penetración territorial, en la cual, el centro controla, estimula y dirige el desarrollo de la periferia: la constitución de las agrupaciones locales e intermedias del partido. Contrario a este proceso está la difusión

impulsó la formación de las unidades de base del partido o comités panistas, desde la capital del país hacia algunas regiones urbanas de ciertos estados.⁸² Esto imprimió características particulares a la estructura organizativa panista y al funcionamiento del partido.

Por un lado, Acción Nacional adoptó un modelo organizativo similar al de un partido de cuadros o de notables. La estructura panista contaba con pocas unidades de base unidas mediante enlaces verticales e integradas por personas notables en función de un sistema de adhesión a título individual. Los comités panistas tenían un carácter restringido y no expansivo porque funcionaban en pocas regiones urbanas del país y reunían pocos miembros pertenecientes a sectores sociales de clase media. Si la estructura organizativa de un partido constituye el mecanismo de vinculación social más importante del que dispone para realizar sus funciones, la limitada estructura del PAN no era un eficaz mecanismo de acercamiento con las distintas comunidades de un estado, municipio y localidad.

Aunque la exigua estructura organizativa del partido no permitía establecer una sólida red de vínculos con una diversidad de sectores ciudadanos tanto para fines de participación y representación como para fines electorales, el PAN no requería tener una amplia estructura organizativa si su objetivo era servir como instrumento de educación y conciencia cívica, a menos, que pretendiera ser instrumento de acceso al poder, formar gobiernos y legislar. Desde su fundación, el mecanismo de vinculación social por excelencia fue el establecimiento de redes de relaciones personales con grupos afines a los fundadores y a los primeros miembros panistas. Estas redes, le permitían al partido

territorial, cuando las élites locales constituyen las bases locales del partido y a continuación de éstas se integra en una organización nacional. Panebianco, Angelo. *Op. cit.*, p. 110.

⁸² Reveles Vázquez, Francisco. *Op. cit.*, p. 27.

vincularse con personajes esencialmente provenientes de sectores ciudadanos de clase media y con asociaciones de tipo profesional, empresarial y católicas.

Por otro lado, la articulación del partido obedecía a una lógica centralizada y jerarquizada a partir de un núcleo fuerte de liderazgo que establecía las líneas ideológicas, organizativas y de acción del partido.⁸³ Desde sus inicios, el PAN funcionó como un partido de minorías permanentes, cuya tendencia hacia lo dogmático y lo racional se reflejó en un discurso de fuerte crítica al sistema político y electoral, a las políticas adoptadas por los gobiernos postrevolucionarios, a la falta de condiciones favorables para la competencia y a la separación entre las leyes, la realidad social y política. Además, el perfil de los fundadores acentuaba el ejercicio de una política amateur no profesional, movida más por la intención de resolver los problemas sociales y políticos del país que por acceder al poder.

De acuerdo con Loeza, Acción Nacional adoptó el papel de “oposición leal” porque estableció un “compromiso sin ambigüedades con un régimen constitucional fundado en los principios del liberalismo político: sufragio universal, pluripartidismo, elecciones y en la división de poderes”⁸⁴, pero a su vez, mantenía una actitud crítica al sistema político. Aunque esta actitud le brindó al partido una clara identidad como partido opositor y “un amplio capital de credibilidad que acumuló durante décadas de oposición independiente”⁸⁵, el partido tenía un limitado desarrollo institucional que no le permitía

⁸³ Con respecto a esto, Reveles afirma que desde su fundación a la actualidad, el centralismo ha sido una característica de la estructura del PAN: “es un centralismo ejercido por una auténtica coalición de dirigentes cuyos bastiones son regionales. Ello permite la suma de liderazgos y fracciones para mantener un equilibrio interno adecuado”. Reveles Vázquez, Francisco. “El centralismo en la estructura del Partido Acción Nacional”, en Reveles Vázquez, Francisco (coord.). *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, Gernika-UNAM, 2002, p. 168.

⁸⁴ Loeza, Soledad. “Gobierno y oposición en México. El Partido Acción Nacional”, en *Foro Internacional*, El Colegio de México, núm. 1, vol. XXXVII, enero-marzo, 1997, p. 100.

⁸⁵ *Ídem*.

alcanzar niveles de competitividad suficientes para constituir una opción electoral fuerte o ejercer un contrapeso real en el poder.

Tanto el limitado potencial de vinculación e integración social derivado de los rasgos de su estructura organizativa, su escasa competitividad y sus bajos niveles de institucionalidad, contribuyeron a que durante las cuatro décadas posteriores a su fundación, el PAN se ubicara en elecciones federales y locales como segunda fuerza político-electoral muy alejada del partido oficial, con pocos o nulos triunfos.

2.2.2 La transformación organizativa del PAN.

En la medida en que las normas de la competencia interpartidaria ampliaron las oportunidades de competencia a las organizaciones partidistas de oposición, la dirigencia panista tuvo que decidir si continuaba con su estrategia de partido de oposición testimonial o tomaba otra orientada a la búsqueda de cargos de representación pública y la formación de gobiernos mediante la vía electoral. En ese momento, al interior de Acción Nacional tomó fuerza la idea de encauzar la lucha política a la arena electoral y la aspiración de acceder al poder. Aquella pretensión no sólo fue resultado de la coyuntura en la que se encontraba el partido, reflejaba el tema central de las controversias que durante buena parte de la historia de Acción Nacional mantuvo divididos a los miembros en dos fracciones: participacionistas y abstencionistas.

Además de una discusión sobre la estrategia política del partido, participación o no en los comicios, en cada postura estaba implícito un proyecto de partido distinto: por un lado, un partido profesionalizado orientado a la competencia electoral con amplia representación territorial y, por otro, un partido de oposición testimonial con una limitada estructura organizativa incapaz de llegar a ser una opción fuerte en el sistema de partido.

Si los partidos son organizaciones en constante movimiento que evolucionan y reaccionan ante los cambios que suceden tanto en su interior, así como los ocurridos en el entorno donde se encuentran insertados, modificando su organización, forma de vinculación social y de llevar a cabo sus funciones, ¿cuáles fueron los momentos más importantes del proceso de transformación organizativa del Partido Acción Nacional?

La reforma electoral de 1963, que brindó la posibilidad a los partidos de tener representantes en la Cámara de Diputados,⁸⁶ fue una oportunidad para que el PAN definiera mejor su estrategia como partido de oposición y se fortaleciera la visión participacionista. Para acceder al Congreso, dicho partido necesitaba establecer una vinculación con la sociedad más cercana para desempeñar su función electoral y con ello, construir una base de sólida de simpatías y apoyos. Fue así como la dirigencia panista, encabezada por Adolfo Christlieb Ibarrola, estableció una “línea política moderada” que combinó la doctrina con la participación electoral y se orientó principalmente a dos ámbitos de la vida partidista: la proyección electoral y el fortalecimiento organizativo.⁸⁷

Con este antecedente, a principios de la década de los setenta, la reforma a algunos artículos de los estatutos del partido hizo evidente el empeño de convertirlo en un agente electoral efectivo y darle a su misión doctrinaria una orientación electoral para buscar el poder. Esta reforma estatutaria constituyó el inicio de la futura transformación de Acción Nacional. Posteriormente, la posibilidad de una efectiva participación de los partidos de oposición que impulsó la LFOPPE en la segunda mitad de la misma década, fue el factor que contribuyó de manera decisiva a la transformación de Acción Nacional en el futuro

⁸⁶ La reforma electoral de 1963, que introdujo la figura de diputados de partido de oposición, fue el primer experimento de apertura electoral limitada y controlada impulsada por el sistema político.

⁸⁷ Reveles, Vázquez Francisco. (2003) *Op. cit.* pp. 60-62.

inmediato ya que impuso a ese partido el reto de adaptarse a un nuevo contexto de creciente competitividad electoral.

Para responder a esa coyuntura la dirigencia panista impulsó acciones para el fortalecimiento de su partido encaminadas a la profesionalización, la renovación y creación de medios de comunicación con los militantes y simpatizantes, además de otras que facilitarían la labor de afiliación y proselitismo para incrementar el número de miembros y su base territorial.⁸⁸ Todas esas acciones encaminadas a fortalecer la estructura organizativa del partido y a darle proyección en la arena electoral, dieron paso al proceso de institucionalización del partido. Según Reveles, el PAN vivió un acelerado proceso de institucionalización desde mediados de la década de 1980 y durante toda la década de los noventa. Las dimensiones más significativas del proceso fueron: la profesionalización de la burocracia partidista, la diversificación de las fuentes de financiamiento, incluyendo el legal, así como la alianza con distintas fuerzas políticas: partidos de oposición como el PRD, además del PRI y las instituciones de gobierno.

El proceso de institucionalización iniciado durante los ochenta, llevó a Acción Nacional, organizado como un partido de cuadros, a adoptar algunos rasgos de un partido atrapa-todo. Esa década fue muy importante para el partido no sólo porque la transformación organizativa le dio un perfil cualitativamente distinto al de sus orígenes, también porque su participación electoral comenzó a cobrar relevancia en el ámbito local y posteriormente en el federal. La elección presidencial de 1988 fue un ejemplo claro de esto porque el partido dio muestra de su competitividad y de su consolidación como fuerza político-electoral. Para los noventa, el funcionamiento y operación del PAN recaía en una estructura especializada y profesional que le permitía competir en mejores condiciones y

⁸⁸ *Ibidem*, pp. 113-114.

realizar su función electoral como partido de oposición de forma más efectiva. Durante esa década el partido amplió su representación territorial y su membresía, además, obtuvo importantes triunfos electorales en diversos municipios, ganó mayorías legislativas y gubernaturas.

Al final de la década de los noventa, el PAN se consolidó organizativamente y alcanzó un papel central en el sistema de partidos al ubicarse como segunda fuerza político-electoral y como actor fundamental de la alternancia política, primero a nivel local y después a nivel federal. El acceso al gobierno federal ya no implicó para el partido retos relacionados con el desarrollo de su estructura organizativa para constituirse como una opción electoral fuerte con capacidad de llegar al poder, sino retos relacionados con los alcances y limitaciones de su consolidación organizativa, con su capacidad para responder a la tarea de gobernar, capturar simpatías y apoyos electorales. Si la transformación organizativa de Acción Nacional estuvo ligada a un proceso de institucionalización, ¿cómo ayudó a ese partido a subsanar sus limitantes para vincularse con la sociedad y desarrollar sus funciones, específicamente la electoral y de formación de gobiernos?

2.2.3 Institucionalización y vinculación social.

Aunque la institucionalización del partido se reflejó en el crecimiento de su estructura, en la ampliación de su membresía, representación territorial, participación y éxito electoral, no resolvió el problema de la vinculación social en el largo plazo ni fuera de los procesos electorales. La institucionalización fue derivada de las condiciones de alta competitividad electoral y con miras al desempeño electoral del partido, pero no para hacer de su estructura organizativa un efectivo mecanismo de vinculación permanente con su fuente de legitimidad a partir del cual desarrollar sus funciones, específicamente la electoral. Desde los inicios del partido, la estrategia de vinculación social no recayó en su

estructura organizativa, sino en las redes de contacto personal establecidas entre los panistas y con diversas organizaciones sociales afines a los miembros. Cuando la estructura de competencia del sistema de partido se abrió y, poco a poco, generó un contexto de alta competencia electoral, éste mecanismo de vinculación social fue insuficiente para ganar simpatías y apoyos de otros sectores del electorado. En ese momento, se comenzaron a experimentar nuevas formas de acercamiento e interacción con la sociedad y tomaron relevancia otros mecanismos capaces de brindar una vinculación con una diversidad de personas, líderes sociales, etnias, grupos, asociaciones y organizaciones de distinto tipo afines al proyecto político del partido para dar a conocer la oferta política, ganar más simpatías y votos durante los procesos electorales.

En primer lugar, las funciones electoral y (cuando el partido accedió al poder a nivel local) de formación de gobiernos, tomaron fuerza como mecanismos exclusivos de vinculación social, de atracción de simpatías y apoyos electorales, rebasando por mucho a la estructura organizativa. En segundo lugar, las alianzas, con miras a algún proceso electoral, con diversas organizaciones civiles, grupos políticos o de poder así como la creación de estructuras de interés basadas en fórmulas corporativas y clientelares, se utilizaron como mecanismos de vinculación social alternos a la estructura organizativa y a las funciones. Éstos serán analizados en el siguiente apartado.

2.2.3.1 La función electoral como mecanismo de vinculación social.

Si bien la institucionalización del PAN no resolvió en el largo plazo el problema de la vinculación con la sociedad a través de su estructura, sí lo hizo durante los procesos electorales. A partir de la década de los ochenta, el partido incrementó su participación en

elecciones y comenzó a tener diversos triunfos. En consecuencia, su ascenso electoral se dio a la par de su proceso de institucionalización. Según Reveles, durante el periodo que va de 1983 a 1988, Acción Nacional dio “un salto cuantitativo y cualitativo respecto de la historia panista en cuanto a la participación electoral”. Por su parte, en el periodo comprendido entre 1989 y el año 2000, hubo “un notable crecimiento en relación con el resto de las opciones político-electorales”.⁸⁹ Esto revela que el proceso de institucionalización no sólo transformó al PAN en lo relativo a su estructura organizativa y su orientación como partido de oposición, sino también en el desarrollo de su función electoral. Aunque ambos periodos son paralelos al proceso de institucionalización, cada etapa se distingue por la forma en que llevó a cabo su función electoral.

En la primera etapa (1983-1988), se generaron las estrategias y acciones que caracterizaron la participación electoral del PAN y le permitieron obtener victorias de amplia importancia política para su futuro electoral.⁹⁰ Para garantizar una vinculación social más efectiva, los panistas seleccionaron como candidatos a diversas personalidades, con base en criterios como el arraigo en la región de origen, del conocimiento que la ciudadanía tenía de éstos, así como de la presencia social adquirida mediante su participación en organizaciones cívicas, empresariales y/o políticas. Otro criterio consistió en seleccionar a personas que ya hubiesen sido electos para puestos públicos, por ejemplo,

⁸⁹ Reveles Vázquez, Francisco. “La participación electoral del PAN: de las presidencias municipales a la presidencia de la República”, en Reveles Vázquez, Francisco. (2002) *Op. cit.*, pp. 193-194.

⁹⁰ Los resultados electorales más importantes del partido durante la primera etapa son los siguientes: En 1985, obtuvo 41 diputados electos y en 1988, 101. Tales cifras consideran diputados de mayoría relativa, de representación proporcional y de partido. Ganó municipios y algunas de las capitales en los siguientes estados: Chihuahua, Chiapas, Durango, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Tamaulipas, Coahuila, Estado de México, Guanajuato, Tlaxcala, Veracruz, Baja California, Jalisco, Nuevo León, Querétaro, Yucatán y Zacatecas.

la experiencia previa como presidentes municipales los convertía en candidatos naturales para puestos de mayor rango.

Las campañas destacaban porque se les invirtió grandes cantidades de recursos económicos y el proselitismo se basó en diversas acciones inéditas en la historia electoral del PAN. La difusión de la imagen, personalidad, trayectoria y liderazgo del candidato, en el manejo de un discurso centrado en la crítica al gobierno, la situación económica del país, la corrupción, los controles corporativos y clientelares, las irregularidades de los procesos electorales, la actuación de los órganos y funcionarios electorales y la legislación electoral. Otra de las estrategias electorales se centró en la promoción por el respeto al voto y la denuncia de diversas irregularidades a través de acciones de resistencia civil que trascendió hasta la estructura del partido. En 1987 en el Comité Ejecutivo Nacional panista se creó una coordinación nacional de la Resistencia Civil Activa y Pacífica (RECAP), encargada de capacitar a los cuadros dirigentes y a los militantes en la realización de las acciones de resistencia y desobediencia cívicas rumbo a la elección de 1988.⁹¹ Esta forma de participación político-electoral en el plano local, produjo que tanto candidatos como líderes regionales asumieran un papel trascendental en el partido.⁹²

Durante la segunda etapa (1989-2000), el desarrollo de la función electoral adquirió un perfil distinto debido a que Acción Nacional incrementó su presencia en el Congreso y accedió al ejecutivo local en algunas entidades.⁹³ Cuando el partido dejó de ser oposición y

⁹¹ *Ibidem.* pp. 199-200.

⁹² Por ejemplo, Manuel Clouthier, candidato panista a la presidencia de la República en 1988, contó con el apoyo de los dirigentes regionales más importantes de la época, además, promovió la participación de muchos ciudadanos de extracción empresarial en el partido y en el proceso electoral. Esto le dio presencia y fuerza político-electoral. *Ibidem.* pp. 201-202.

⁹³ Los resultados electorales más importantes del partido durante la segunda etapa son los siguientes: En 1991, obtuvo un total de 89 diputados electos y 1 senaduría; en 1994, 119 y 25; en 1997, 121 y 9; y en 2000, 206 y 46. Tales cifras consideran diputados y senadores de mayoría relativa y de representación proporcional. Sólo en el caso de 1991, la cifra de diputados también incluye a los de partido. En 2000, la cifra de senadores

se convirtió en gobierno, adoptó una “actitud de partido responsable” y cambió la percepción de sus adversarios político-electorales (el PRI, el PRD y el gobierno), ésto, se reflejó en su estrategia electoral. El proselitismo dejó de centrarse en un discurso tan crítico hacia el gobierno, las acciones de resistencia civil disminuyeron y se negociaron soluciones a los conflictos electorales con el gobierno y estableció una alianza con éste.⁹⁴ Además, los recursos mediáticos comenzaron a adquirir fuerza como mecanismo masivo de difusión de la imagen y propuestas de los candidatos por encima del partido, así como la creación y utilización electoral de estructuras de vinculación social afines a los candidatos por encima de la estructura partidista.

Si bien la estrategia de confrontación cambió y se adoptaron mecanismos innovadores de acercamiento con el electorado, se conservaron otras tendencias del periodo anterior. La mayoría de los candidatos postulados eran “empresarios medianos o pequeños con un asiento fuertemente regional”, contaban con experiencia como presidentes municipales y/o como dirigentes de organizaciones empresariales y su militancia en el partido se había iniciado a mediados de la década de los ochenta.⁹⁵

Aunque la estrategia para la campaña presidencial de 1994 se centró en la movilización de simpatizantes y en la realización de actos públicos para atraer votantes, por parte de la dirigencia nacional panista, así como en la difusión mediática de la imagen del candidato (Diego Fernández de Cevallos), su personalidad y propuesta, por parte del comité de campaña del candidato, ésta le dio prioridad a las acciones mediáticas y le restó

incluye a los de primera minoría. Sumó victorias en municipios otros estados como: Sinaloa, Hidalgo, Sonora, Aguascalientes, Nayarit y Morelos. Ganó las gubernaturas de: Baja California, Guanajuato, Chihuahua, Jalisco, Nuevo León, Querétaro, Aguascalientes, Nayarit, Chiapas y Morelos.

⁹⁴ *Ibidem*, pp. 206 y 208.

⁹⁵ *Ibidem*, p. 228.

importancia a la vinculación social vía la estructura organizativa del partido. Esto provocó el posicionamiento de la imagen del candidato por encima de la del partido.⁹⁶

Para la campaña presidencial de 2000, el equipo de campaña del entonces candidato Vicente Fox, formó una estructura paralela al PAN (llamada Amigos de Fox) afín al candidato, constituida por personas cuyos vínculos con el candidato eran “amistosos, profesionales y políticos”, con el objetivo de inyectar recursos a la campaña y ganar simpatías y votos. Otro elemento importante en la estrategia de esa campaña fue la utilización de la publicidad electoral como mecanismo fundamental de difusión de la propuesta de candidato y atracción del electorado, la alianza con organizaciones políticas como el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y algunos líderes de otras fuerzas políticas, así como las fórmulas electorales de la década de los ochenta: el perfil del candidato y un discurso de ataque sistemático al PRI.⁹⁷

En suma, el éxito electoral del PAN fue resultado de su progresiva institucionalización; esto quiere decir que en la medida que el partido se consolidaba organizativamente, también adquiría la capacidad de competir en mejores condiciones y perfilarse como una opción competitiva en el sistema de partidos, algo que se reflejó en la forma de desarrollar su función electoral. Ésto, le permitió tener gran actividad electoral en el plano local, aumentar su presencia en zonas urbanas (especialmente en las capitales de las entidades) y penetrar otras regiones. Asimismo se convirtió en partido gobernante: formó mayorías legislativas en congresos locales, el Congreso de la Unión y estructura de gobierno en estados, municipios y a nivel nacional. Sin duda, lo anterior hizo posible el

⁹⁶ *Ibidem*, p. 222.

⁹⁷ *Ibidem*, pp. 241, 243 y 250.

establecimiento de puentes de acercamiento e interacción con sectores ciudadanos más amplios.

2.2.3.2 La estructura de gobierno como mecanismo de vinculación social.

El triunfo en las elecciones de 2000 condujo al PAN a una situación política distinta a la que tradicionalmente había ocupado como partido de oposición en el ámbito federal. Generó “una recomposición dentro del sistema político, en la que Acción Nacional adquirió una posición preponderante en esferas de gobierno en las que descansa fundamentalmente la gobernabilidad del país y el ejercicio del poder federal”.⁹⁸ Si bien, el paso de oposición a gobierno, específicamente al nivel federal, le brindó a ese partido, la posibilidad de establecer puentes de acercamiento e interacción con sectores ciudadanos más diversos, también le impuso el reto de responder a la doble tarea de gobernar y seguir constituyendo una opción electoral viable. Esto es, erigirse como instrumento eficaz de intermediación entre la sociedad, las instituciones y el gobierno emanado de su partido.

De acuerdo con Gibson, los partidos gobernantes en los sistemas de partidos competitivos enfrentan la doble tarea de impulsar políticas públicas efectivas y ganar elecciones.⁹⁹ Ciertamente, desde que el PAN formó gobiernos se enfrentó al reto de materializar las necesidades sociales en productos satisfactorios para la ciudadanía, que garantizaran cierto nivel de estabilidad en su calidad de vida. Al mismo tiempo, debió diseñar una estrategia electoral que le permitiera mantener sus vínculos con su voto duro y otros sectores del electorado, ganar simpatías y generar apoyos electorales. Ante esa tarea,

⁹⁸ Carrillo, Mario Alejandro. “Acostarse oposición y amanecer gobierno. El Partido Acción Nacional”, en *El Cotidiano*, México, UAM, núm. 115, septiembre-octubre de 2002, p. 51.

⁹⁹ Edward Gibson citado por Mizrahi, Yemile. “The Partido Acción Nacional”, en Serrano, Mónica (ed.) *Governing Mexico: political parties and elections*. Institute of Latin American Studies, University of London, Inglaterra, 1998, p. 108.

la estructura de gobierno panista se convirtió en un efectivo mecanismo de acercamiento e interacción con la sociedad para resolver sus limitantes en cuando a la vinculación social fuera de la jornada electoral, ampliar, reforzar o complementar sus redes de contacto en aquellos sectores sociales en los que el partido carecía de presencia, así como para generar estrategias conjuntas orientadas a desarrollar su función electoral de forma más efectiva.

De ahí que no resultará extraño encontrar que en diversas coyunturas, la estructura de gobierno panista haya tomado un rumbo específico con la finalidad de brindarle al partido una ventaja político-electoral. Al respecto Reveles afirma:

... la construcción de la estructura panista en la mayor parte del territorio no corrió en paralelo a su participación electoral. Fue fundamentalmente su presencia en presidencias municipales, gubernaturas, congresos locales y el Congreso de la Unión, lo que lo hizo aparecer como un serio competidor en los comicios de 2000.¹⁰⁰

Esto quiere decir que el incremento de su presencia territorial no le garantizó al PAN un crecimiento electoral, fue el ejercicio de gobierno lo que le permitió reforzar su vinculación social y construir una base de apoyos electorales que posibilitó la alternancia en la presidencia de la República. En esta lógica, podemos preguntarnos: ¿cuál fue el alcance electoral que tuvo la estructura de gobierno federal durante el proceso electoral de 2006?

Como podemos ver, el proceso de transformación organizativa iniciado a finales de los setenta y que fue impulsado por el entorno una década antes, permitió al PAN integrarse a un contexto de alta competitividad electoral, convertirse en la segunda fuerza político-electoral y ser parte fundamental de la alternancia en el gobierno. Si bien, la transformación

¹⁰⁰ Reveles Vázquez, Francisco. “La participación electoral...”, en Reveles Vázquez, Francisco. (2002) *Op. cit.*, pp. 239-240.

consolidó organizativamente a ese partido y lo llevó a tener éxito electoral, la dirigencia panista no generó estrategias de vinculación social a través de la estructura organizativa de largo plazo, sobre las cuales pudiera mantener control. Por el contrario permitió que tomaran fuerza la función electoral y de formación de gobiernos para este fin así como la utilización de otros mecanismos alternos. De forma que, cuando Acción Nacional accedió al gobierno federal, enfrentó diversos retos. Éstos han estado relacionados con la eficacia de su consolidación organizativa para mantener una vinculación social más allá de los procesos electorales, con su voto duro y nuevos simpatizantes, con la necesidad de satisfacer las expectativas de los ciudadanos en el gobierno y ser un instrumento de participación política e intermediación con los poderes públicos.

2.3 LOS MECANISMOS INFORMALES DE VINCULACIÓN SOCIAL DEL PAN.

Al revisar la historia electoral del PAN llama la atención la presencia de mecanismos de vinculación informales o alternos a su estructura formal, los cuales han jugado un papel importante porque le permitieron conquistar el poder a corto y mediano plazo. Esas organizaciones que nunca han formado parte de la estructura formal de Acción Nacional, pero que en tiempos recientes sus miembros han penetrado al partido alterando la correlación de fuerzas internas, son organizaciones alternas con las que el partido y sus

candidatos a puestos de representación han establecido alianzas por coincidencia o simpatía en ideología, temas y demandas. Han sido utilizadas como estructuras de intermediación entre los sectores sociales que representan.

Si bien, el partido siempre ha estado vinculado con organizaciones de la sociedad civil de tipo empresarial católicas y de profesionistas, dado el perfil de los fundadores y primeros miembros panistas, en la medida en que la estructura de competencia en México se abrió y generó un ambiente de alta competitividad electoral, esos vínculos se convirtieron en una serie de mecanismos de vinculación social alternos a la estructura organizativa del PAN. Tales mecanismos, le han ayudado a acercarse de forma más efectiva a un espectro más amplio del electorado y lograr una base de apoyo suficiente para ganar elecciones. Si la estructura organizativa es el mecanismo natural del que disponen los partidos para establecer redes de vinculación e interacción permanente con la sociedad y desarrollar determinadas funciones, ¿qué llevó a Acción Nacional a darle prioridad a mecanismos de vinculación social alternos a su estructura organizativa? Si los partidos generalmente utilizan mecanismos de acercamiento con la sociedad, alternos a su estructura y funciones, para incrementar su potencial de vinculación social, durante periodos electorales, en ambientes de alta competitividad electoral, polarización o volatilidad político-ideológica o dependiendo la amplitud de su penetración territorial. ¿Qué tipo de mecanismos alternos o informales ha utilizado el PAN a lo largo de su historia reciente para vincularse con la sociedad de forma efectiva?

Según Tania Hernández, a lo largo de la historia del partido es posible identificar cuatro tipos de mecanismos alternos o informales de vinculación social, los cuales, han figurado en la escena electoral del PAN. Éstos son: las organizaciones católicas, las organizaciones civiles conservadoras de derecha extrema, las organizaciones civiles de

corte empresarial y las agrupaciones o redes electorales. A continuación abordaremos cada uno por separado.

2.3.1 Las organizaciones católicas.

Las organizaciones católicas han sido consustanciales a la fundación de Acción Nacional debido a las circunstancias en las que se creó y al perfil de sus fundadores.

La fundación del PAN formó parte de la ola de descontento que se suscitó por las políticas del gobierno de Lázaro Cárdenas: control sobre los factores económicos fundamentales del país, el favorecimiento a las organizaciones sindicales, la confrontación con los empresarios, la expropiación petrolera, el incremento en el reparto de tierras, la educación de tipo socialista. Según Reveles, tales medidas provocaron la protesta de grupos conservadores que se aglutinaron en asociaciones y partidos de derecha como el Partido Social Demócrata Mexicano (PSD), el Partido Demócrata Mexicano (PDM), el Partido Orientador Civilista (POC), la Orden Nacionalista Mexicana (ONM), la Asociación Nacionalista de los Estados Unidos Mexicanos y la Unión Nacional Sinarquista (UNS).

Aunado a esto, la fundación se realizó en un contexto donde prevalecían las organizaciones corporativas o de masas (altamente cohesionadas y con gran capacidad para la movilización masiva) y en el que la élite gobernante había reconstruido su propio partido con el fin de que fuera el espacio exclusivo de reclutamiento y renovación de sus cuadros.¹⁰¹ De ahí que el objetivo del PAN no estuvo orientado a la búsqueda del poder ni a la participación electoral sino a la educación cívica.

Aunque la doctrina panista es considerada como “cívica democrática” porque plantea que “el orden político debe ser conformado por los ciudadanos”, su peculiaridad

¹⁰¹ Reveles Vázquez, Francisco. (2003) *Op. cit.*, pp. 15-18.

radica en la presencia de los conceptos centrales del pensamiento católico: la persona humana y su dignidad, las organizaciones intermedias¹⁰² que se ubican entre la persona y el Estado, la no sustitución por parte del Estado de las labores que éstas realizan (subsidiariedad), y el bien común como condición necesaria para el desarrollo de los miembros de la sociedad. La doctrina panista retoma tales conceptos adaptándolos a concepciones cívico democráticas, por tal razón la del PAN es una “doctrina cívica democrática de inspiración católica”, pero secular porque distingue y no mezcla la religión y la política.¹⁰³

Esa fusión de lo cívico, democrático y católico se debió a la presencia de miembros de núcleos de profesionistas universitarios y de organizaciones católicas como la Unión Nacional de Estudiantes Católicos (UNEC), Acción Católica de la Juventud Mexicana (ACJM), Asociación Católica Mexicana (ACM), los cuales “estuvieron en contacto con el pensamiento católico más avanzado de la época”¹⁰⁴. Según Reynoso, por encima de las creencias religiosas de la mayoría de los fundadores, la postura del partido no fue confesional. Aún así, las tendencias religiosas de los miembros prevalecieron frente al carácter laico del partido lo que provocó dos sucesos internos importantes.

El primero cuando un grupo de militantes constituidos por algunos dirigentes del sector juvenil intentaron, sin éxito, convertir al partido en demócrata-cristiano en la década

¹⁰² Estas organizaciones que José Luis Espíndola también las identifica como cuerpos intermedios son agrupaciones en las que los miembros de una sociedad se encuadran de conformidad con la función social que cada uno desempeña y los unen vínculos profesionales (como las empresas, las organizaciones profesionales o de oficios), por vínculos de vecindad (como el municipio), vínculos o afinidades comunes (como las civiles, culturales, recreativas, deportivas). Espíndola Castro, José Luis. “La teoría de los cuerpos intermedios y la derecha mexicana”, en *Dimensión Antropológica*, Instituto Nacional de Antropología e Historia, vol. 29, septiembre-diciembre, México, 2003. p. 69.

¹⁰³ Reynoso, Víctor M. “Presencia del pensamiento católico en los partidos políticos del México contemporáneo”, en Blancarte, Roberto J. (comp.) *El pensamiento social de los católicos mexicanos*, FCE, México, 1996, pp. 150-152.

¹⁰⁴ *Ibidem*, pp. 151-152.

de los sesenta.¹⁰⁵ Con respecto a ésto, Reveles afirma que los dirigentes de la fracción juvenil tuvieron una participación destacada en la campaña a la presidencia de la república de Luis H. Álvarez en 1958: apoyaron la precandidatura y “en campaña se convirtieron en oradores imprescindibles en los actos de atracción electoral”. Posteriormente el sector juvenil incrementó su influencia y se constituyó formalmente en el nivel nacional, sosteniendo una postura abiertamente demócrata-cristiana y una línea política extremista. Aunque no consiguió ocupar espacios relevantes en los órganos de dirección ni imponer su línea política, lo que le dio presencia e importancia fue el control del medio de comunicación interno del partido: la revista “La Nación”.¹⁰⁶ Finalmente esta corriente fue debilitada por la secular o laica representada por Adolfo Christlieb presidente del partido de 1962 a 1968, que coincidía en la prohibición legal de cualquier denominación religiosa para los partidos políticos y en el rechazo del integrismo de la política y la religión.¹⁰⁷

El segundo suceso que revela la influencia del pensamiento católico en el partido, fue la renovación ideológica llevada a cabo en la segunda mitad de la década de los sesenta encabezada por Adolfo Christlieb y Efraín González Morfín. Según Reynoso, las propuestas estuvieron influidas por la doctrina social de la iglesia y se reflejaron en los Principios de Doctrina del partido y en sus Plataformas políticas de 1964 y 1967. La idea central de las propuestas se basaba en una crítica al capitalismo, al desequilibrio político y a la desigual repartición de bienes y coincidía con medidas revolucionarias para transformar las estructuras políticas, económicas y sociales del país. Si bien los impulsores de estos principios doctrinarios perdieron fuerza en la década de los setenta frente a la fracción

¹⁰⁵ *Ibidem*, p. 152.

¹⁰⁶ Reveles Vázquez, Francisco. (2003) *Op. cit.*, pp. 55-60.

¹⁰⁷ Reynoso, Víctor M. (1996) *Op. cit.*, p. 153.

pragmática y aunque sus ideas no fueron criticadas explícitamente fueron desplazadas por el interés electoral.¹⁰⁸

Ambos sucesos revelan que la marcada orientación doctrinaria del partido fue ampliamente influenciada por el pensamiento social de la iglesia mediante miembros vinculados o pertenecientes a organizaciones católicas. Esta identidad doctrinaria adquirida por el partido desde su fundación (1939) hasta el inicio de su transformación (finales de la década de los sesenta) se reflejó en la forma de vinculación social y con ello, en la forma de realizar su función electoral. De forma que no resulta extraño que el PAN durante este periodo le haya dado prioridad a alianzas con organizaciones o sectores de la iglesia católica para difundir su oferta política, movilizar al electorado, estructurar temas, intereses y demandas afines al pensamiento social de la iglesia. En décadas posteriores, esta alianza también ha formado parte de la estrategia electoral del partido. Por ejemplo la campaña presidencial de Vicente Fox, fue respaldada por sectores de la iglesia desde la etapa proselitista y se concretó la alianza con los compromisos que estableció con la alta jerarquía del clero católico, entre los cuales destacaban su reconocimiento como actor político y social.¹⁰⁹

2.3.2 Las organizaciones civiles.

Las organizaciones civiles son el segundo tipo de mecanismos alternos que han figurado en la escena interna y electoral del PAN. Identificamos dos: organizaciones civiles conservadoras de derecha extrema y empresariales. A continuación analizamos cada una.

¹⁰⁸ *Ibidem*, p. 154.

¹⁰⁹ Reveles Vázquez, Francisco. “El PAN en el poder: el gobierno de Fox”, en Reveles Vázquez, Francisco. (2005) *Op. cit.*, p. 220.

2.3.2.1 Organizaciones de derecha extrema.

Al hablar de las primeras es pertinente mencionar que según Lipset y Raab, el término extremista se refiere:

*a una minoría que parte de la suposición monista de estar investida del monopolio de la verdad política, lo que la lleva a oponerse al pluralismo; es hostil por naturaleza a la diversidad de intereses y grupos (...) su eje fundamental es la represión de toda diferencia y disensión, la clausura del mercado de ideas (...) la esencia vital del extremismo, del monismo, es la tendencia a tratar como cosa ilegítima a toda segmentación y ambivalencia.*¹¹⁰

Partiendo de esta definición Nora Pérez-Rayón y Mario A. Carrillo, afirman que dentro de los grupos de extrema derecha podemos encontrar dos vertientes: la derecha radical y la ultraderecha. La primera se constituye como organización intermedia y sus canales de acción son institucionales (del ámbito gubernamental o de la sociedad civil). A esta clasificación pertenecen: la Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF), la Asociación Nacional Cívica Femenina (ANCIFEM), el Comité Nacional Pro-Vida, Desarrollo Humano Integral y Acción Ciudadana (DHIAC). La segunda tiene una posición antisistema que actúa al margen de canales institucionales. A este grupo pertenecen: Guardia Unificadora Iberoamericana (GUIA), YUNQUE, FLAMA, Nueva Guardia y Falanges Tradicionalistas Mejicanas (surgidas de la tradición sinarquista). Interesados en convertirse en interlocutores reconocidos por el Estado, estas organizaciones gozan de amplia capacidad de convocatoria en coyunturas específicas, apoyan y participan con otras organizaciones con las que coinciden o mantienen afinidad ideológica, por ejemplo:

¹¹⁰ Lipset y Raab citados por: Pérez-Rayón, Nora y Mario A. Carrillo. “De la derecha radical a la ultraderecha en el pensamiento católico”, en Blancarte, Roberto J. (comp.) *El pensamiento social de los católicos mexicanos*, FCE, México, 1996, p. 112.

partidos políticos, organismos religiosos, empresariales o diversos grupos civiles (como las asociaciones de padres de familia).¹¹¹

A principios de la década de los setenta cuando la fracción participacionista llegó a la presidencia del partido en 1972 con José Ángel Conchello, algunos miembros de grupos de ultraderecha como YUNQUE, comenzaron a apoyar a esta fracción y a militar en el partido.¹¹² Para esta fracción integrada por miembros socializados en estas organizaciones, el liderazgo del fundador y el del resto de los viejos dirigentes católicos y liberales dejó de tener sentido porque ante todo “pretendía ocupar los principales puestos de dirección para lanzarse y lanzar a la organización a una franca lucha electoral, con un discurso contestatario pero atractivo para todos los ciudadanos, y siguiendo una política de puertas abiertas a todos los sectores de la sociedad”¹¹³.

Con esa finalidad, la fracción pragmática encontró una fuente de apoyo electoral en este tipo de grupos y contra la fracción doctrinaria ubicada en el Comité Ejecutivo Nacional (principal órgano directivo del PAN). Pero además de sus vínculos con grupos de ultraderecha, al entonces presidente del partido, también se le acusó de mantener relaciones con intereses empresariales de Nuevo León en donde se encontraba el Grupo Monterrey y de la formación de un grupo que lo apoyaba y había pretendido reelegirlo en la presidencia del partido.¹¹⁴

Como resultado de la crisis interna de la segunda mitad de la década de los setenta provocada por las diferencias en cuanto a la operación de las fracciones y las medidas de fortalecimiento del sistema de partidos, se iniciaron acciones para transformar la estructura

¹¹¹ *Ibidem*, p. 113.

¹¹² Reyes del Campillo, Juan y Tania Hernández Vicencio. *Op. cit.*, p. 86.

¹¹³ Reveles Vázquez, Francisco. (2003) *Op. cit.*, p. 95.

¹¹⁴ *Ibidem*, p. 96.

interna del PAN y su estrategia de movilización electoral. Con respecto a lo último, Reveles dice que para la década de los ochenta y frente a la competencia de los partidos de izquierda que se aliaban con organizaciones sociales y políticas para obtener su apoyo en procesos electorales, Acción Nacional “buscó y reforzó alianzas con organizaciones sociales afines a los principios del partido”¹¹⁵.

Por otro lado, para el fortalecimiento del partido, la dirigencia a cargo de Abel Vicencio Tovar (1978-1984) recuperó al sector juvenil como “grupo vertical interno”. Además se fundó el denominado “Grupo Vertical G-3”, que si bien no se sabe cuál era su membresía, ni sus fines generales, el presidente del partido aclaraba que:

*...funcionaba con sus propios elementos y trabajaba en un proyecto llamado membresía dinámica basado en el funcionamiento de pequeños grupos de personas. Incluye el diseño de un audiovisual de inducción al partido, un instructivo para la operación de éstos grupos y el diseño de material de trabajo...*¹¹⁶

De esta forma, la política de alianzas internas y externas dio pie a la presencia de varias organizaciones alternas de derecha radical, según la clasificación presentada arriba, como ANCIFEM, Pro-Vida y DHIAC, así como de ultraderecha como Yunque, que si bien apoyaron al partido en comicios locales, también sus “líderes cobraron mayor presencia dentro del partido”.¹¹⁷ Esto provocó que su ideología diera sustento a las acciones políticas de los gobiernos panistas municipales y estatales y que dos décadas después, los representantes de estas organizaciones se posicionaran en la dirigencia del partido y en el gobierno federal. Los vínculos con estas organizaciones se evidencian no sólo porque sus militantes ocupan puestos importantes en el partido y el gobierno, también se reflejan en las

¹¹⁵ *Ibidem*, p. 120.

¹¹⁶ *Ibidem*, p. 121.

¹¹⁷ Reyes del Campillo, Juan y Tania Hernández Vicencio. *Op. cit.*, p. 87.

trayectorias de algunos de los funcionarios gubernamentales y partidistas, en la asignación de recursos públicos a organizaciones de este corte.

2.3.2.2 Las organizaciones empresariales.

Hemos dicho antes que por el perfil de los miembros y fundadores, el PAN ha tenido influencia del sector empresarial a lo largo de su vida, sin embargo esto se empezó a ver claramente durante los ochenta con la militancia de personajes formados en el ámbito empresarial, otrora dirigentes de organismos empresariales (por ejemplo de la Confederación de Patronal de la República Mexicana, Coparmex), conocidos como neopanistas, que contribuyeron al afianzamiento de la orientación electoral del partido, a la difusión de su oferta política en sectores más amplios del electorado y a conquistar victorias en el plano local. Según Arriola, el término “neopanista”, utilizado para describir esta nueva forma de participación caracterizada por: “el desprecio manifiesto a los aspectos doctrinales del partido, la reflexión política y la utilización recurrente de técnicas y lenguajes propios de la publicidad comercial”¹¹⁸.

El antecedente directo de su presencia en la escena electoral e interna del partido, es la reducción de la rigidez ideológica en la organización panista, la cual, hizo posible la llegada de estos nuevos militantes que aportaron recursos, profesionalizaron la organización de las campañas e introdujeron formas novedosas de expresión política, vinculación social y acción electoral, a saber: se mantenían cercanos a las necesidades y demandas de la sociedad porque impulsaron en el ámbito local formas de presión social y desobediencia civil en contra el sistema de gobierno autoritario, en las que denunciaban el

¹¹⁸ Arriola, Carlos. *Ensayos sobre el PAN*, Porrúa, México, 1994, p. 47.

fraude electoral, se defendía el voto y se apoyaba demandas de grupos civiles que eran afines a sus postulados.

Seleccionaban candidatos carismáticos, con reconocimiento popular o arraigo a la región de donde provenían como factores clave en la captación del voto, utilizaban un discurso extremista en contra del gobierno y del PRI. Además realizaban intensas campañas de proselitismo electoral en las que había un manejo amplio y eficaz de la propaganda y eran desarrolladas por el equipo de campaña y el partido (que realizaba la labor de convencimiento de los ciudadanos a través del contacto personal).¹¹⁹

Los nuevos mecanismos de acercamiento y movilización social cobraron relevancia en la escena pública “como una característica que identificaba a la participación panista a nivel local y nacional”¹²⁰. Con respecto a la organización de las campañas, la característica principal es que las organizaban un grupo de especialistas designado por el candidato, el equipo de campaña. Aunque su ejecución la realizaban junto con el partido, el equipo jugaba el papel más importante y tomaba las decisiones. Esto es importante porque constituyó el inicio de una práctica que perdura hasta la actualidad.

Las nuevas formas de participación política impulsadas por los empresarios, los colocaron en la escena interna del partido como dirigentes y en la escena externa como candidatos a cargos públicos y gobernantes locales. En opinión de Tania Hernández, empresarios y personajes vinculados a organizaciones de extrema derecha, contribuyeron a que el PAN se nutriera de una sólida red de apoyo con presencia regional que le permitió al partido llegar a un amplio espectro del electorado. Se convirtieron además, “en espacios de

¹¹⁹ Reveles Vázquez, Francisco. (2003) *Op. cit.*, pp. 137-139.

¹²⁰ Reyes del Campillo, Juan y Tania Hernández Vicencio. *Ídem.*, p. 87.

reclutamiento y selección de candidatos y contribuyeron al proceso de renovación de la élite partidista”¹²¹.

Como dijimos arriba, si la lógica del régimen autoritario impedía que Acción Nacional se consolidara como una opción fuerte en el sistema de partidos, el partido también tenía otra limitante al tratar de integrarse a una competencia electoral abierta: fue su débil y reducida estructura organizativa. Durante la primera mitad de la década de los ochenta, ésta era incapaz de proveer de los recursos humanos, técnicos y financieros necesarios para constituirse en una opción electoral fuerte o para mantenerse en contacto con una amplia variedad de grupos sociales que apoyaran a sus candidatos.

Fue así como el partido recurrió al trabajo conjunto con organizaciones alternas. En palabras de la autora: “la necesidad de captar mayores simpatías durante los procesos electorales hizo posible el funcionamiento de estructuras paralelas al entramado institucional”¹²². Tales estructuras no son equiparables con las organizaciones secundarias características de los partidos de masas, creados y controlados por el partido para reforzar la presencia del partido entre su voto duro y el electorado. Por el contrario estas estructuras paralelas o alternas se han creado y funcionado ajenas a los partidos políticos, pero se vinculan o alían a éstos por simpatía ideológica o intereses coyunturales y sirven como canales de intermediación entre uno o más sectores sociales donde el partido carece de presencia o desea aumentarla.

El resultado del trabajo conjunto con estructuras alternas se reflejó en diversos triunfos locales obtenidos y una gubernatura a finales de la década. En buena medida, éstas habían ayudado a que Acción Nacional capturara un voto multiclasiista, a posicionar su

¹²¹ *Ibidem*, pp. 17-18.

¹²² *Ídem*.

oferta política en diversos sectores y a ampliar su membresía. Al mismo tiempo, la participación de empresarios, organizaciones intermedias de derecha radical y clases medias de la región del Bajío contribuyó a fortalecer los sectores de la extrema derecha en los espacios de poder y decisión del partido.¹²³

Según Loaeza, el vínculo del PAN con estructuras alternas se puede rastrear en el plano local y en los primeros triunfos que el partido tuvo en los procesos electorales. En ese sentido, llama la atención sobre una de las particularidades existentes entre los primeros candidatos que accedieron al poder en Baja California (1989), Guanajuato (1991) y Chihuahua (1992): “su trayectoria social adquirida por su experiencia en organizaciones civiles y religiosas, que los llevó a articular un discurso que defendía las organizaciones intermedias”. Por tal motivo, la autora afirma que “desde 1990 el DHIAC controlaba 20% de la fracción panista en la Cámara y 25% en la Asamblea de Representantes en el DF así como numerosos comités directivos estatales”. De ahí que para las elecciones federales de 1994, la dirigencia del PAN se apoyaba en una “coalición duradera” que incluía a muchos miembros de organizaciones alternas como DHIAC, ANCIFEM, Pro vida y Acción Ciudadana.¹²⁴

Por su parte, el candidato presidencial Diego Fernández de Ceballos fue apoyado por dirigentes regionales y líderes neopanistas, entre los que destacaban los gobernadores Francisco Barrio (Chihuahua), Ernesto Ruffó (Baja California) y Carlos Medina Plascencia (Guanajuato). Cabe señalar que estos personajes a principios de la década habían iniciado una “estrategia de ascenso interno, intentando abrir los canales de toma de decisiones a la

¹²³ Hernández Vicencio, Tania. *Op. cit.*, p. 37.

¹²⁴ Loaeza, Soledad. *El Partido Acción Nacional: la larga marcha, 1939-1994: oposición leal y partido de protesta*, FCE, México, 1999, pp. 491 y 515.

representación regional”¹²⁵, esto marca el ascenso “formal” de la ultraderecha a la escena interna del partido.¹²⁶ La fuerza electoral de Acción Nacional en distintos municipios y estados durante la década de los noventa fue resultado del apoyo de organizaciones alternas así como de las estrategias electorales iniciadas en la década anterior.

Ciertamente, el gobierno federal se distinguió por su composición empresarial, tanto el presidente como sus colaboradores provenían de este sector y por atender los intereses de pequeños y medianos empresarios regionales que habían sido ignorados por las políticas de los últimos dos gobiernos priístas. Si bien la representación de los intereses del empresariado en su conjunto no ha sido la razón de ser del gobierno foxista, sí ha sido una guía fundamental para muchas de las acciones del gobierno federal.¹²⁷

2.3.3 Las redes electorales.

El tercer tipo de apoyo alterno que figuró como el principal mecanismo de vinculación y movilización social en el proceso electoral de 2000, lo definimos como entramados o redes de apoyos formados en coyunturas electorales. Este concepto constituye una organización alterna porque cumple la función de vincular al partido no sólo con organizaciones civiles de varios tipos, sino con una diversidad de apoyos provenientes de cualquier tipo de grupo social, desde familia, amigos, vecinos, compañeros de trabajo, etcétera, hasta grupos sociales formalmente organizados que persiguen un fin común. De acuerdo con Ortiz y Ortiz, este tipo de asociaciones:

...descansaban en una red de enlaces armada por ciudadanos, panistas o no, que en su cuadra, en su colonia, en su ciudad,

¹²⁵ Hernández Vicencio, Tania. *Op. cit.*, p. 39.

¹²⁶ El ejemplo más claro del momento en que la ultraderecha comenzó a capturar espacios de poder fue la elección de Luis Felipe Bavo Mena como dirigente nacional en 1999, éste había llegado al PAN vía la Coparmex y estaba vinculado con el Yunque. Hernández Vicencio, Tania. *Ídem*.

¹²⁷ Reveles Vázquez, Francisco. “El PAN en...” *Op. cit.*, pp. 218-219.

establecían contacto con otros y formaban “círculos ciudadanos” para organizar los trabajos que les permitirían alcanzar sus metas. Se llaman círculos porque nadie impone su parecer y se escucha a todos. El que podía prestar un local, un teléfono, un vehículo. Cada miembro se responsabilizaba del trabajo en una sección electoral donde habría de descubrir a aquellos vecinos que simpatizaran con el candidato...

Además, afirman que el éxito de esas redes se mide por el número de ciudadanos que se convencen y deciden votar por el candidato, el cuál se reporta a la sección electoral para que se pueda hacer una relación estadística del avance del candidato.¹²⁸

Ese tipo de redes de apoyo electoral, tienen su origen en los equipos de campaña formados por los candidatos y que fueron permitidos por el partido desde finales de los años ochenta. Como lo dijimos arriba, la función de estos equipos ha sido reunir un grupo especializado que se encargue de diseñar, coordinar y ejecutar la campaña electoral del candidato así como reunir apoyos de diverso tipo fuera del partido y utilizando mecanismos no contemplados formalmente por el partido. Si bien, eso ha constituido en la historia reciente del PAN una forma innovadora de vinculación y movilización social, no puede ser considerado un mecanismo formal debido a que su organización y operación nada tiene que ver con la estructura formal del partido porque no trabajan de manera conjunta con el equipo de campaña del partido y obedecen exclusivamente a periodos electorales.

A finales de los noventa la correlación de fuerzas al interior y los mecanismos de vinculación social formales e informales, las alianzas y estrategias electorales que probaron eficacia en el plano local se reflejaron en la campaña presidencial de 2000. El entonces aspirante a la presidencia de la república, Vicente Fox, empresario que tenía el antecedente

¹²⁸ Ortiz Pinchetti, Francisco y Francisco Ortiz Pirado. *El fenómeno Fox. La historia que Proceso censuró*, Planeta, México, 2001, pp. 34-35.

de haber gobernado Guanajuato con personajes vinculados a la derecha radical y a la ultraderecha (como Dhiac, Provida, ANCIFEM y Yunque)¹²⁹, inició sus actividades de proselitismo desde julio de 1997. Sin registro de por medio, tales actividades, no formaban parte de una campaña electoral sino de una precampaña adelantada al tiempo político.¹³⁰

Pero lo más importante fue que la candidatura caminó paralela al partido con una estructura alterna, del tipo de las redes electorales, que proveía al candidato de presencia territorial en lugares donde la estructura panista era incapaz de llegar. Además, lo dotaba de una serie de apoyos en diversos estados no sólo de los militantes del partido sino de cualquier personaje notable o ciudadano que simpatizara con el candidato y su propuesta de sacar al PRI de Los Pinos.

El objetivo de esta red electoral llamada “Amigos de Fox”, fue movilizar al electorado a través del convencimiento e invitación personal y obtener recursos financieros.¹³¹ Como dijimos, lo novedoso de ese mecanismo fue que la organización pretendía ganar simpatías y la movilización de ciudadanos que, si bien se rehusaban a simpatizar o militar en un partido político, sí estaba dispuesta a apoyar la candidatura de guanajuatense. Vicente Fox afirmó que “la ventaja de contar con una organización así,

¹²⁹ Reveles Vázquez, Francisco. *Ídem*.

¹³⁰ Aunque las actividades de proselitismo político no tienen por fuerza que ajustarse al periodo establecido de manera formal para la realización de la campaña electoral, es legítimo que los partidos y ciudadanos se mantengan activos en periodos interelectorales. Sin embargo, en el caso de Vicente Fox, no fue el partido sino una asociación civil de ahí que se infringió la normatividad electoral y las normas del partido. Maldonado Montes, Josefina. “Los amigos de Fox. Su participación en la precampaña y la relación con el Partido Acción Nacional”, Capítulo 2, Avance de investigación, tesis doctorado, UAM, 2006, p.58.

¹³¹ El proyecto “Amigos de Fox” surgió en 1998 con calidad legal de asociación civil, con la finalidad de que Vicente Fox, obtuviera una base sólida de apoyo para la campaña interna del PAN y generar una corriente de opinión favorable que le permitiera alcanzar la presidencia de la República. Para ello, se estableció una estructura regional que operaba a través de directores de distrito, gerentes y supervisores, hasta llegar a responsables de ciudad, que funcionara en dos vertientes. La primera, orientada a la organización de la sociedad en “redes multinivel” que se estructurarían a partir de los propios simpatizantes de Fox (“cada uno debía invitar a cinco amigos; ellos a su vez, atraerían a otros 25 y así sucesivamente”) y que les abrirían el espacio a otros independientemente “si tuvieran militancia o no en el PAN, o en otras organizaciones, incluyendo el PRI y el PRD”. La segunda, buscaba proporcionarle un recurso financiero a la campaña. Korrodi, Lino. *Me la jugué. El verdadero amigo de Fox*, Grijalbo, México, 2003, pp. 45-48.

ofrecía a los afiliados la posibilidad de unirse a las filas del partido si es que así lo querían. La meta era que todos los miembros de Amigos de Fox se sumaran al PAN, ya que esta estructura se fusionaría con el partido cuando se concretara el registro del candidato y así el PAN y su dirigencia asumirían un solo mando”¹³².

En opinión de Tania Hernández, esta red electoral era útil porque resolvía el problema de la limitante estructural del partido y le garantizaba un vínculo con la sociedad más allá del nivel de municipio (hasta donde cubría la estructura panista), llegando a localidades, barrios o colonias. Además de que a esos niveles de penetración territorial permitía impulsar liderazgos “que permitieran estrechar estos lazos comunitarios y darle presencia al partido en distintos puntos del territorio nacional”¹³³.

El uso de recursos económicos sustancialmente mayores al de cualquier otra campaña panista, la movilización de amplios sectores del electorado así como fuertes estrategias electorales y de mercadotecnia permitió conseguir el triunfo. Sin embargo, la operación política de la campaña mediante una estructura ajena a la estructura organizativa formal del partido como Amigos de Fox, tuvo dos tipos de implicaciones para Acción Nacional las cuales podemos inscribir en el ámbito interno y externo del partido.

A nivel interno, implicó una controversia en lo referente a la transparencia de los apoyos y la procedencia de los fondos, la violación de algunas normas que rigen al proceso electoral,¹³⁴ y lo más importante, implicó la incorporación de representantes de grupos de extrema derecha en los puestos de gobierno así como el gabinete presidencial. La

¹³² Fox Quesada, Vicente. *A los Pinos. Recuento autobiográfico y político*, Océano, México, 1999, pp. 186-187.

¹³³ Hernández Vicencio, Tania. “El Partido Acción Nacional frente a las elecciones de 2003”, en *El Cotidiano*, México, UAM, núm. 122, noviembre-diciembre de 2003, p. 31.

¹³⁴ Para mayor información sobre las incidencias legales en materia de financiamiento a las campañas políticas y sus implicaciones para los partidos políticos en materia de sanciones, tomando como referencia el caso específico de Amigos de Fox, consultar: Córdova, Lorenzo y Ciro Murayama. *Elecciones, dinero y corrupción. Pemexgate y Amigos de Fox*, Ed. Cal y Arena, México, 2006.

incorporación de representantes de estas organizaciones en el gobierno foxista “ha permitido dirigir la acción de secretarías de Estado y de dependencias del gobierno federal al cumplimiento de sus objetivos”.¹³⁵ A nivel externo, tuvo implicaciones en lo relacionado con el efectivo cumplimiento de sus funciones como partido, ya que los apoyos y simpatías logrados en la coyuntura no se tradujeron en voto duro en elecciones posteriores, ni ayudaron al partido a reforzar sus lazos con militantes y simpatizantes.

La utilización de mecanismos alternos o informales de vinculación social le han traído a Acción Nacional resultados positivos y negativos. Por un lado, la propuesta política panista se posicionó en amplios sectores sociales, obtuvo triunfos electorales y formó gobiernos a nivel local y federal. Por otro lado, no han contribuido a reforzar una vinculación formal mediante la propia estructura del partido con la sociedad ni con militantes ni simpatizantes, lejos de los procesos electorales porque la movilización de apoyos obedece a intereses de corto plazo.

Después del exiguo resultado electoral de las elecciones de 2003, el proceso electoral de 2006, colocó al PAN ante el reto de posicionarse como una opción política y electoral viable con la sociedad, tomando en cuenta la todavía limitada estructura territorial panista y la declarada lejanía del otrora candidato Felipe Calderón con la dirigencia panista, y de disponer de mecanismos de vinculación que le permitieran establecer una base de apoyo de largo plazo y no le acarrearán las consecuencias de una organización como Amigos de Fox.

¹³⁵ Muñoz Patraca, Victor M. *Op. cit.*, p. 247.

CONCLUSIÓN

En sus orígenes, el Partido Acción Nacional era una organización con vida propia, que participaba en los procesos electorales, pero que jugaba el rol de oposición permanente con nulas posibilidades de formar un contrapeso real en el poder. Además, su estructura organizativa se asemejaba al modelo de partido de cuadros, razón por la cual, su potencial de vinculación social era limitado tanto para fines de participación y representación de diversos sectores ciudadanos, como para fines electorales. Desde su fundación, el mecanismo de vinculación social por excelencia fue el establecimiento de redes de relaciones personales con grupos afines a los fundadores y a los primeros miembros panistas. Esas redes, le permitían al partido vincularse con personajes esencialmente provenientes de sectores ciudadanos de clase media y con asociaciones de tipo profesional, empresarial, conservadoras y católicas.

Cuando la estructura de competencia del sistema de partido hegemónico se abrió y generó un contexto de alta competencia electoral, el mecanismo de vinculación social panista fue insuficiente para ganar simpatías y apoyos del electorado. En ese momento, se comenzaron a experimentar nuevas formas de acercamiento e interacción con la sociedad y tomaron relevancia otros mecanismos capaces de brindar una vinculación con sectores más amplios de la ciudadanía durante los procesos electorales. Poco a poco, las alianzas, con miras a algún proceso electoral, con diversas organizaciones civiles, grupos políticos o de poder así como la creación de estructuras de interés basadas en fórmulas corporativas y clientelares, se utilizaron como mecanismos de vinculación social alternos a la estructura organizativa y a las funciones, convirtiéndose en mecanismos fundamentales de acercamiento e interacción ciudadana, espacios de reclutamiento de liderazgos y atracción de simpatizantes y votos.

La utilización de mecanismos alternos o informales de vinculación social le han traído a Acción Nacional resultados positivos y negativos. Por un lado, lo perfilaron como una opción altamente competitiva, adquirió un papel central en el sistema de partidos al ubicarse como primera fuerza político-electoral y como actor fundamental de la alternancia política, primero a nivel local y después a nivel federal. Por otro lado, no contribuyeron a reforzar una vinculación formal mediante la propia estructura del partido con la sociedad ni con militantes ni simpatizantes, lejos de los procesos electorales porque la movilización de apoyos obedece a intereses de corto plazo. El proceso electoral de 2006, colocó al PAN ante el reto de posicionarse como una opción política y electoral viable con la sociedad y de disponer de mecanismos de vinculación que le permitieran establecer una base de apoyo de largo plazo y no le acarrearán consecuencias posteriores que cuestionaran la legalidad de su actuación.

CAPÍTULO 3.
MECANISMOS DE VINCULACIÓN DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL
CON LA SOCIEDAD EN EL PROCESO ELECTORAL DE 2006

INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene por objetivo analizar los mecanismos que el candidato panista a la presidencia de la República, utilizó para vincularse con la sociedad durante el proceso electoral de 2006. La hipótesis es la siguiente: la campaña presidencial se valió exclusivamente de mecanismos informales para atraer apoyos electorales, debido a la incapacidad del PAN para implementar estrategias efectivas de acercamiento e interacción con personas de las zonas urbano-marginadas y rurales que le permitieran crear una base sólida de simpatías y votos así como a la ruptura de la dirigencia panista y del candidato presidencial resultado de la confrontación entre las fracciones del partido. Esa fue la causa por la cual, la candidatura presidencial recurrió a la utilización de mecanismos informales como los medios de comunicación, las alianzas con organizaciones, grupos y personajes afines al candidato así como a la estructura del gobierno federal y estatal.

3.1 EL PROCESO ELECTORAL DE 2006.

El proceso electoral de 2006, fue de gran importancia para el Partido Acción Nacional porque le planteó el reto de repetir su estancia en la presidencia de República y subsanar los desafortunados resultados electorales de las elecciones intermedias de 2003.¹³⁶ Ésto, implicaba el establecimiento de una sólida alianza y estrategia de trabajo conjunto entre el candidato, la dirigencia panista y el gobierno federal.

Desde principios de 2005, se concretaron tres precandidaturas: La de Santiago Creel (ex Secretario de Gobernación), la de Felipe Calderón (ex presidente nacional del PAN, ex coordinador de la bancada panista en la cámara baja y ex director de Banobras), y la de Alberto Cárdenas (ex gobernador de Jalisco y ex director general de la Comisión Nacional Forestal). Cada una, contaba con el respaldo de alguna de las principales fracciones panistas, en torno a las cuales, se ha ordenado la correlación de fuerzas al interior del partido en los últimos años.

La primera, estuvo apoyada por la alianza entre la fracción pragmática y la presidencia de la República. La segunda, tuvo el respaldo de la alianza entre la fracción tradicionalista y el neopanismo, a través de uno de sus principales representantes, Carlos Medina Plascencia. La tercera, contó con el apoyo de la fracción ultraderechista, la cual, se afianzó en los espacios de toma de decisiones del PAN con la llegada de Manuel Espino¹³⁷

¹³⁶ El saldo de las elecciones intermedias de 2003 fue muy negativo para el PAN en comparación con los resultados obtenidos en 2000. Redujo drásticamente sus curules en la cámara baja, ganó sólo dos gubernaturas de seis en disputa y fuerza político-electoral disminuyó frente al PRI o el PRD o donde antes contaba con amplia presencia. Para un análisis detallado sobre los resultados y desempeño del PAN en las elecciones de 2003 consultar: Alarcón Olguín, Víctor. “El PAN en 2003: el freno al cambio”, en Larrosa Haro, Manuel y Pablo Javier Becerra Chávez (coord.). *Elecciones y partidos políticos en México, 2003*, UAM-CEDE-Plaza y Valdés, México, 2005. Hernández Vicencio, Tania. “El Partido Acción Nacional frente a las elecciones de 2003”, en *El Cotidiano*, México, UAM, núm. 122, noviembre-diciembre de 2003.

¹³⁷ Es el presidente del PAN desde 2005 y hasta 2008. Ha sido vinculado directamente con el Yunque y, al igual que su antecesor, Luis Felipe Bravo Mena, representa a los grupos de ultraderecha penetraron al PAN. También se trata del primer presidente del PAN que no mantiene un vínculo directo con las viejas familias panistas, aquellas bien identificadas con la doctrina del partido. Hernández Vicencio, Tania. “Conflicto y

a la dirigencia nacional, a su vez, mantenía vínculos con organizaciones de ultraderecha como DHIAC, empresariales como el Grupo Zapopan y algunos grandes empresarios como Lorenzo Servitje (que se afilió al partido en apoyo a esta precandidatura).¹³⁸

3.1.1 El proceso de selección del candidato.

En junio de 2005 la Comisión de Elecciones del Consejo Nacional del PAN publicó los lineamientos del proceso mediante el cual miembros activos y adherentes del partido elegirían al candidato presidencial para el 2006. El proceso de elección interna contemplaba como plazo para su desarrollo, del 12 de julio al 23 de octubre, o hasta el 6 de noviembre en caso de que ningún candidato lograra 50% más uno de los votos y se necesitara una segunda vuelta.¹³⁹

Este plazo contempló tres etapas: la primera realizada el 11 de septiembre en los estados de Durango, Guanajuato, Hidalgo, Estado de México, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Tamaulipas, Tlaxcala y Zacatecas. En esta zona, el padrón de miembros panistas activos y adherentes, ascendió a 337 mil 739. La segunda etapa se realizó el 2 de octubre en los estados de Campeche, Chiapas, Oaxaca, Puebla, Tabasco, Quintana Roo, Veracruz y Yucatán. Esta zona representó un padrón de 362 mil 427 militantes panistas. La tercera etapa, realizada el 23 de octubre, comprendió los estados de Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Colima, Distrito Federal, Guerrero,

transformación partidaria. El Partido Acción Nacional”, en *El Cotidiano*, México, UAM, núm. 133, septiembre-octubre de 2005, p. 42.

¹³⁸ Hernández Vicencio, Tania. “La renovación de la dirigencia panista y el afianzamiento de la ultraderecha”, en *El Cotidiano*, UAM, núm. 131, mayo-junio de 2005, p.

¹³⁹ Reyes Viguera, Armando. “La primera experiencia de la Comisión de Elecciones ¡Convocatoria lista!”, en *La Nación*, núm. 2246, Partido Acción Nacional.

Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Sinaloa y Sonora, donde el padrón sumó 401 mil 505 miembros.¹⁴⁰

El documento publicado por la Comisión de Elecciones del PAN, también previó la realización de una campaña interna que les permitió a los precandidatos registrados (Santiago Creel, Felipe Calderón y Alberto Cárdenas), la oportunidad de recorrer el país y reunirse con los militantes para hacer proselitismo. El tope máximo de gastos individuales permitido por candidato fue de 58 millones de pesos, los cuales debían provenir de donativos y debían estar registrados en la Tesorería Nacional del Partido para reportar el total de gastos de todo el proceso a la autoridad electoral.¹⁴¹

Pese a que la candidatura de Vicente Fox para la elección federal de 2000 provocó que la militancia de Acción Nacional “casi se triplicara y creciera exponencialmente aún en lugares donde nunca antes el partido tuvo representación y simpatías”¹⁴², durante el proceso de elección del candidato panista en 2005, esa membresía no se reflejó en los porcentajes de participación. El abstencionismo llegó en sus tres etapas al 73%. Sólo 27% del padrón del partido conformado, a octubre de ese año, por 1 millón 96 mil 988 afiliados (entre militantes activos y adherentes) acudió a votar.

El ex Secretario de Gobernación, Santiago Creel, se había perfilado como el precandidato más fuerte debido a que su puesto en el gabinete federal le dio amplia presencia ante el electorado panista y su aspiración a la candidatura por la presidencia contaba con el apoyo del gobierno federal, especialmente de Vicente Fox y su esposa

¹⁴⁰ Reyes Viguera, Armando. “Las etapas de la elección”, en *La Nación*, núm. 2250, Partido Acción Nacional.

¹⁴¹ Reyes Viguera, Armando. “Precampañas, un análisis del camino hacia el 2006”, en *La Nación*, núm. 2252, Partido Acción Nacional.

¹⁴² Antes de 2000 el PAN contaba con casi 400 mil miembros, de éstos, unos 280 mil (más del 50%) eran adherentes. Para las elecciones internas la membresía ascendió al millón 96 mil 988, de los cuales 837 mil eran adherentes. Lizárraga, Daniel. “El panismo le da la espalda”, en *Proceso*, núm. 1507, septiembre de 2005, pp.8-9.

Martha Sahagún, así como de Manuel Espino, presidente del Comité Ejecutivo Nacional del PAN. Sin embargo, desde antes de la primera ronda de votación, las encuestas sobre las preferencias panistas lo posicionaron sólo un punto porcentual por encima de Felipe Calderón.

Calderón implementó una estrategia que se centró en la intensificación del contacto directo con el “verdadero panismo”, es decir, aquellos miembros identificados con la doctrina del partido. Éste fue uno de los puntales de su éxito en las tres rondas de votación porque un sector importante de los votantes se identificaron con la fracción que éste representa, con su personalidad y sus valores partidistas: “panista de toda la vida y congruente con los principios y valores del partido”¹⁴³. Pero también, su éxito radicó en la alianza con Carlos Medina Plascencia, personaje ligado a buena parte de los panistas que habían ejercido el gobierno en los estados y municipios.¹⁴⁴

De acuerdo con el reporte de la Comisión de Elecciones del PAN, Felipe Calderón ganó la elección interna tras obtener un total de 153 mil 478 sufragios (51.79%) a lo largo de todo el proceso. Por su parte, Santiago Creel, recibió 95 mil 687 sufragios y Alberto Cárdenas, recibió un total de 47 mil 152.¹⁴⁵ La victoria de Calderón la podemos entender en la medida en que las afiliaciones de miembros generadas durante la campaña federal de 2000 y en otras campañas locales, no son garantía de una sólida identificación partidista y de motivaciones que trasciendan a otras coyunturas electorales. En ese sentido, el apoyo otorgado a Calderón provino del voto duro panista y el de Creel representó sólo la correlación de fuerzas de ciertos grupos así como las alianzas coyunturales.

¹⁴³ Delgado, Álvaro. “Del berrinche a la conciliación”, en *Proceso*, *Op. cit.*, p. 16.

¹⁴⁴ Esta singular alianza entre un representante del panismo tradicional como Felipe Calderón y otro del neopanismo, como Carlos Medina, también se realizó cuando, este último, contendió por la presidencia del partido en 2005. El objetivo de esa alianza era frenar la candidatura de Manuel Espino y con ello, a los liderazgos y apoyos que confluían en torno a él.

¹⁴⁵ Reyes Viguera, Armando. “Un candidato orgullosamente panista”, en *Ibidem*.

Cuando Felipe Calderón, se convirtió en el abanderado oficial del Partido Acción Nacional, promedió entre 22 y 28 puntos en la intención de voto de la ciudadanía en general. Para noviembre de 2005, ese porcentaje posicionó su candidatura, entre el segundo y tercer sitio, de las preferencias electorales rumbo a los comicios del dos de julio de 2006. El primero, lo ocupó el candidato del PRD, Andrés Manuel López Obrador; y en el segundo o tercer sitio, las encuestas ubicaban, tanto el candidato panista, como el candidato del PRI, Roberto Madrazo.

3.1.2 El equipo y la estrategia territorial del candidato.

El equipo de campaña del candidato Felipe Calderón, estuvo conformado por diversas personalidades panistas cercanas a éste, con experiencia en campañas de proselitismo y con vínculos en el gobierno federal, en los gobiernos estatales y municipales, especialmente en Michoacán, en las instancias de decisión de su partido, y en menor grado, en organizaciones cívico-empresariales a nivel local. Entre éstos encontramos: Juan Camilo Mouriño (fue coordinador regional de “Amigos de Fox”),¹⁴⁶ coordinó la precampaña y posteriormente se convirtió en Coordinador Operativo de la campaña, a cargo de la agenda, comunicación, imagen, investigación, propuesta y la estructura territorial. Josefina Vázquez Mota (ex titular de la Secretaría de Desarrollo Social, Sedesol), figuró como Coordinador Político, encargada del diálogo con partidos, organismos civiles, internacionales y de las

¹⁴⁶ Juan Camilo Mouriño, fue diputado por el V distrito electoral en la LVI Legislatura de Campeche, diputado federal en la LVII Legislatura donde presidió la Comisión de Energía y candidato a la alcaldía del estado, coordinador general de asesoría y Enlace Institucional y luego Secretario de Electricidad en la Secretaría de Energía. A este último cargo renunció para integrarse al equipo de Felipe Calderón en la contienda interna. Es, además, hijo de del presidente del Grupo Energético del Sureste y otrora coordinador regional de Amigos de Fox en 2000. Delgado, Álvaro. “Mouriño: más tráfico de influencias” en *Proceso*, núm. 1546, 18 de junio de 2006, pp. 16-17.

relaciones públicas y a partir de marzo de 2006, coordinadora general de la campaña.¹⁴⁷ La incursión de Vázquez Mota al equipo de campaña del otrora candidato presidencial, Felipe Calderón, fue motivo de diversas controversias no sólo en los demás partidos sino en la opinión pública en general. Ésto, debido a su conocimiento y experiencia en el manejo de los programas federales de desarrollo social, especialmente, el más importante de la administración foxista en materia de combate a la pobreza, el programa Oportunidades.

También destacaron en el equipo calderonista: Juan Molinar Horcasitas (ex burócrata del gobierno foxista y del CEN panista), estuvo a cargo de la coordinación de Investigación y Prospectiva. Jorge Manzanera (además de varios cargos en el PAN a nivel local, fue secretario de elecciones en el CEN), se encargó de la coordinación de Redes. Francisco Javier Ortiz (fue diputado federal por Michoacán, consejero estatal del Banco de México, miembro del empresariado agrario local), estuvo a cargo de la Imagen. Cesar Nava (ex coordinador de asesores de la Sedesol, director jurídico del CEN y su representante ante el IFE), fungió como secretario General Adjunto para establecer la vinculación con el CEN panista y con las secretarías encargadas del trabajo electoral. Germán Martínez (fue secretario de estudios del CEN), fue el representante ante el IFE. El equipo también estuvo formado por Ernesto Cordero, a cargo de Propuesta de gobierno; Abraham González, a

¹⁴⁷ Josefina Vázquez Mota, ex secretaria de Desarrollo Social, presidió la Secretaría de la Mujer de la Coordinadora Nacional Ciudadana, una agrupación política vinculada al Yunque. Ingresó al PAN en 2000 por invitación de Carlos Medina Plascencia y fue incluida en la lista de diputados plurinominales a la LVIII legislatura, donde fue vicecoordinadora del grupo. Cuellar, Mireya. *Los panistas*. La Jornada Ediciones, México 2003, p. 223. Junto con Carlos Abascal son “de los casos más conocidos en cuanto a la incursión de personas de derecha radical (como Yunque) a nivel subsecretarías y direcciones”. Hernández Vicencio, Tania. “Conflicto y transformación...” en *Op. cit.*, p. 40. Cabe destacar que Vázquez Mota llegó al equipo de campaña de Felipe Calderón, con tres de sus ex colaboradores de la Sedesol: Daniel Hernández, quien fungía como coordinador de asesores; su ex secretario particular, Roberto Lomelí, y el ex director de Comunicación Social de Oportunidades, Rodolfo Guzmán. Herrera Beltrán, Claudia. “Descarta Vázquez Mota que la inclusión al equipo de Calderón la distancie de Fox”. Diario *La Jornada*, 10 de enero de 2006.

cargo de Giras y Logística (a partir de marzo de 2006); Ricardo Ruiz, en Administración y Finanzas; y Maximiliano Cortazar a cargo de Comunicación.¹⁴⁸

Territorialmente, la campaña para la presidencia de la República, se estructuró a partir de nueve coordinaciones regionales cuyos coordinadores dependían de Cuauhtémoc Cardona (con experiencia en los puestos de dirección de su partido, en la organización del Comité Directivo Estatal y como funcionario de los gobiernos panistas de Baja California), quién fungió como enlace nacional. Éstas correspondían a las cinco zonas en las que se dividió al país: Centro, Sureste, Norponiente, Nororiente y Sur. En el cuadro número 1 se presenta la relación de las coordinaciones regionales de la campaña de Felipe Calderón.

Con excepción de Ernesto Rufo, primer gobernador del PAN en Baja California y del diputado, coordinador de diputados locales y asesor de la fracción parlamentaria, José González Morfín, las coordinaciones regionales no estuvieron integradas por panistas de fuerte proyección nacional como Carlos Medina Plascencia o Francisco Barrio, quienes durante la campaña interna le dieron su apoyo a Calderón.

Sin embargo, encontramos personalidades panistas con amplia experiencia política, que formaron parte la burocracia partidista local, específicamente a nivel de los Comités Directivos Estatales y Municipales, así como del CEN, por ejemplo: el coordinador de la región IV. También figuraron ex legisladores y consejeros de su partido, como el coordinador de la región IX; vinculados con el empresariado local y miembros de asociaciones empresariales y sociales (Canacindra, Coparmex, AIEVAC, ARIEVAC), como el de la región II y VII. Por su parte, el coordinador de la región V, fue asesor de campaña para las gubernaturas de Sinaloa, Durango, Chihuahua y Guanajuato; la coordinadora de la

¹⁴⁸ Los datos sobre los puestos ocupados en el PAN por el equipo de Felipe Calderón y su trayectoria política y profesional, fueron consultados en: Cuellar, Mireya. *Op. cit.*

región VI, fue Secretaria de Promoción Política de la Mujer en su partido; y el de la región VIII, fue secretario de Desarrollo Social en el estado de Yucatán y actual candidato a gobernador de dicha entidad.¹⁴⁹

Cuadro 1
Coordinaciones Regionales

REGIÓN	ESTADOS QUE COMPRENDE	COORDINADOR
I	Baja California, Sonora, Sinaloa.	Ernesto Ruffo.
II	Chihuahua, Zacatecas, Durango.	Enrique Terrazas.
III	Colima, Michoacán, Jalisco, Nayarit.	José González Morfín.
IV	Tamaulipas, Coahuila, Nuevo León.	Jorge Zermeño.
V	Aguascalientes, Guanajuato, San Luis Potosí, Querétaro.	Alfredo Ling Altamirano.
VI	Estado de México, Morelos, Guerrero.	Micaela Aguilar González.
VII	Chiapas, Puebla, Veracruz, Oaxaca.	Gerardo Buganza.
VIII	Campeche, Quintana Roo, Yucatán, Tabasco.	Xavier Abreu.
IX	Distrito Federal, Hidalgo, Tlaxcala.	Jorge Lara.

FUENTE: elaboración propia con datos obtenidos del periódico El Universal, 17 y 18 de enero de 2006.

La campaña también contó con 32 coordinaciones estatales encabezadas por un delegado en cada estado, coordinadas con las dirigencias estatales. A decir de los panistas, el objetivo fundamental era establecer un acercamiento con diversos grupos sociales para generar alianzas.

Respecto a los coordinadores estatales destacaron funcionarios, diputados locales y exdirigentes estatales del PAN, como por ejemplo: el diputado local Francisco Blake (Baja

¹⁴⁹ Las referencias sobre la trayectoria política y social de los coordinadores fueron consultados en: Cuellar, Mireya. *Op. cit.*

California), Joaquín Beltrán (Baja California Sur), David Figueroa (Sonora), Rafael Morgan (Sinaloa), el empresario Samuel Kalish (Chihuahua), Isabel Trejo (Zacatecas), Rodolfo Dorador (Durango), Antonio Morales (Colima), Gladys López (Michoacán), Tarcisio Rodríguez (Jalisco), Rita Esquivel (Nayarit), Ulises Ramírez (Estado de México), Luis Alberto Villarreal (Guanajuato), Guillermo Anaya (Coahuila) y Alberto Flores (Distrito Federal).¹⁵⁰

Bajo esa estructura territorial se diseñaron e iniciaron las acciones proselitistas a partir del 19 de enero de 2006, fecha en que terminó la llamada “tregua navideña”¹⁵¹ decretada por el IFE. A continuación centraremos nuestra atención en los mecanismos de vinculación que el candidato panista utilizó para mantener su contacto con la sociedad. En la campaña electoral del candidato presidencial del PAN Felipe Calderón, pudimos identificar la presencia de mecanismos de vinculación exclusivamente informales, dejando de lado el mecanismo formal. Como hemos visto, entendemos por mecanismos formales aquellos que posee un partido para establecer acercamiento, interacción con la sociedad y desarrollar diversas funciones, el principal y al que vamos a hacer referencia, es a la estructura del PAN. Por mecanismos informales entendemos todos aquellos que, si bien no tienen que ver con la estructura panista y las funciones del partido, sirven para mejorar y/o reforzar su labor de vinculación social.

¿Cuáles fueron los mecanismos informales utilizados en la campaña presidencial?

¿Cuál fue la razón por la que los segundos tomaron más relevancia por encima del segundo? ¿Qué tan efectiva fue la estructura del PAN como mecanismo de vinculación

¹⁵⁰ Herrera Beltrán, Claudia. “Coordinan campaña panistas de escasa proyección nacional”. *Diario La Jornada*, 18/01/2006.

¹⁵¹ Después de los procesos de selección de los candidatos al interior de los partidos y antes del arranque formal de las campañas políticas rumbo a los comicios de julio de 2006, el IFE estableció un plazo que denominó Tregua Navideña, de diciembre de 2005 al 19 de enero de 2006. Durante este periodo, los partidos y candidatos, estuvieron obligados a no realizar ningún acto público de proselitismo.

social para afrontar el proceso electoral? ¿Qué implicaciones tuvo la prevaencia de mecanismos informales? Los siguientes apartados están destinados a dar respuesta a estas interrogantes.

3.2 MECANISMOS DE VINCULACIÓN FORMALES.

La estructura panista está compuesta por todos los elementos del partido distribuidos a lo largo del territorio nacional que se enlazan, coordinan e interactúan entre sí para funcionar y establecer una red de vinculación e interacción con las distintas comunidades de un estado, municipio, localidad, etc., para llevar a cabo sus funciones. Está presente en las 32 entidades federativas y en 2,452 municipios del país bajo un esquema organizativo de cuatro niveles.¹⁵²

El primero corresponde a los órganos directivos nacionales, el segundo a los estatales, el tercero y cuarto a los municipales. En el nivel de los órganos directivos nacionales encontramos: la Asamblea Nacional (AN), el Consejo Nacional (CN) y al Comité Ejecutivo Nacional (CEN). La AN, es la máxima autoridad y su función principal es tomar decisiones sobre el rumbo, perfil, estrategia o cualquier otro asunto trascendente para la vida del partido.¹⁵³ El CN, es el siguiente elemento de decisión del partido, su función principal es elegir al presidente nacional del partido y a los miembros del CEN,

¹⁵² El PAN cuenta con una estructura de gobierno federal, local y municipal. Desde 2000 ha controlado la administración pública federal y la bancada panista en el Congreso, pasó de ser la segunda fuerza política a la primera. Tiene gobernadores en: Aguascalientes, Baja California, Guanajuato, Jalisco, Morelos, San Luis Potosí, Querétaro y Yucatán, Chiapas –alianza- y Tlaxcala –alianza-, además de 571 gobiernos municipales. Dada la lógica del sistema de partidos a nivel local, Acción Nacional se erige como primera o segunda fuerza en el Congreso local de los estados mencionados.

¹⁵³ Está integrada por delegados numerarios con derecho de voz y voto, se reúne por lo menos cada tres años y sus facultades son de carácter interno, entre ellas: nombrar a los miembros del Consejo Nacional y analizar el informe del Comité Ejecutivo Nacional. Existe una Asamblea Nacional Extraordinaria que se reúne cada vez que el Comité Ejecutivo Nacional la convoque para modificar o reformar los estatutos. Puede decidir la transformación del PAN o su fusión con otra agrupación, la disolución del partido y cualquier otro asunto trascendente para la vida de Acción Nacional.

además, decide sobre procesos administrativos y sobre la línea electoral a seguir por el partido en procesos electorales a nivel federal.¹⁵⁴

El CEN, es otro órgano directivo encargado de llevar a efecto las decisiones tomadas por la AN y el CN, cumplir y hacer cumplir los estatutos y reglamentos internos, además de generar programas y proyectos nacionales que desarrollen la estructura del partido en todo el país.¹⁵⁵ De acuerdo con el reglamento del CEN, para el adecuado desarrollo de sus trabajos, éste puede tener a su cargo las secretarías y direcciones que decida su presidente¹⁵⁶, pero siempre cuenta con una “estructura básica permanente”, coordinada por el Presidente Nacional y el Secretario General compuesta por las siguientes secretarías: Acción de Gobierno, Elecciones, Comunicación, Fortalecimiento e Identidad, Vinculación con la Sociedad, Promoción Política de la Mujer, Acción Juvenil, Estudios y la Dirección General de Administración y Finanzas.

La organización que corresponde al primer nivel de la estructura panista, se repite en todos las entidades del país donde tenga presencia el partido. De forma que, en el segundo nivel de la estructura, encontramos una Asamblea Estatal (AE), un Consejo Estatal (CE) y un Comité Directivo Estatal (CDE). La AE, elige al CE y éste, al CDE. El

¹⁵⁴ Al hablar de los procesos administrativos, el CN se encarga de aprobar los presupuestos anuales de ingresos y egresos, nombrar al tesorero nacional e integrar las comisiones permanentes, de Vigilancia, de Orden, de Conciliación y Defensa de los Derechos de los Militantes. Sobre lo electoral: aprueba las plataformas electorales federales y decide la participación del PAN en las elecciones federales. Tiene a su cargo los siguientes órganos: Tesorería Nacional, Comisión de Orden, Comisión de Conciliación y Defensa de los Derechos de los Militantes, Comisión de Vigilancia, Comisión Permanente, Comisión de Doctrina, Comisión Política y la Comisión de evaluación del desempeño del Comité Ejecutivo Nacional.

¹⁵⁵ El CEN se integra con un mínimo de 20 y un máximo de 40 miembros electos por el Consejo Nacional, además del presidente nacional, son también miembros ex officio los ex presidentes, los coordinadores de los grupos parlamentarios federales, el coordinador nacional de diputados locales, y los titulares de Promoción Política de la Mujer y de Acción Juvenil.

¹⁵⁶ El presidente del Comité Ejecutivo Nacional es a su vez presidente de la Asamblea, de la Convención y del Consejo Nacional, y coordina a los diputados y senadores a través de los respectivos coordinadores parlamentarios.

presidente del CDE en cada entidad, designa al coordinador del Grupo Parlamentario de Acción Nacional en el Congreso Local. En el tercer nivel, se encuentran los Comités Directivos Municipales (CDM) que son las instancias que se encargan de coordinar y promover las actividades del partido dentro de una jurisdicción.¹⁵⁷

En el cuarto nivel, están los Subcomités Municipales (SCM), que son “las estructuras de los CDM en las secciones electorales” para “promover el desarrollo del partido” en el municipio.¹⁵⁸ Los SCM impulsan el trabajo de acción política, promoción y participación ciudadana, también, promueven el voto por sus candidatos y la afiliación de miembros. Este nivel de la estructura fue creado a partir de la reforma estatutaria realizada en 2001 cuyo principio rector en materia de vinculación social, fue profundizar en la relación del PAN con la ciudadanía a través de la creación y coordinación, desde el CEN, de un elemento organizativo conocido como SCM, para que el partido desplegara un trabajo de activismo político a nivel territorial.¹⁵⁹ Aunque este proyecto de reforma contempló el trabajo político-electoral del PAN mediante un órgano estructural más cercano a la gente, no implicó la descentralización de las decisiones en materia de vinculación social, puesto que la línea a seguir la establecería el CEN.

Debido a que la estructura de Acción Nacional, se caracteriza por un alto grado de centralismo, tanto en las funciones de los elementos directivos nacionales, como en la toma de decisiones, el margen de actuación de los órganos locales se encuentra subordinado a los

¹⁵⁷ De acuerdo con el Reglamento de los órganos estatales y municipales del PAN, vigente a partir de 2002, cuando un CDM no cumpla con las funciones citadas, puede ser sustituido por un Delegación municipal, la cual tendrá por objetivo “la representación, organización y dirección del partido en el municipio”. Aunque una delegación municipal se equipara con un CDM y tiene las mismas funciones, le da prioridad a los trabajos de organización para lograr el funcionamiento regular del partido.

¹⁵⁸ Información proporcionada por el PAN en el Reglamento de los órganos estatales y municipales del PAN. Visible en: <http://www.pan.org.mx>

¹⁵⁹ Hernández Vicencio, Tania. “Avances y retos del Partido Acción Nacional”, en *Espiral*, México, Universidad de Guadalajara, vol. IX, septiembre-diciembre de 2003, pp. 64-65.

primeros. En materia de vinculación con la sociedad, esas características organizativas, subordinan la política de acercamiento ciudadano a la dictada por el CEN y el presidente nacional, descartando el establecimiento de una estrategia específica, en cada entidad, sección electoral y municipio. Por lo tanto, la introducción de los SCM no contempló la descentralización de las decisiones y recursos para establecer una política de contacto con la gente, apegada a sus posibilidades de participación política durante periodos electorales y no electorales, ni a las principales necesidades locales.

Por otro lado, aunque el modelo de organización territorial del SCM se impulsó buscando acercar al partido a la ciudadanía, la dirigencia panista jamás ha considerado la idea de llegar a ser un partido masivo.¹⁶⁰ Esto es un dato relevante para entender lo que los dirigentes nacionales panistas entienden por vinculación con la sociedad. Si bien, buscaron establecer un modelo de acercamiento ciudadano, formalmente reconocido en la estructura organizativa, para realizar de forma más eficiente sus funciones partidistas, nunca ha buscado afiliaciones masivas. De ahí que el concepto panista de vinculación ciudadana obedece más a las alianzas con personalidades, liderazgos, organizaciones y grupos en las regiones, que a la utilización de mecanismos formales, como la estructura y el desarrollo de las funciones del partido. A su vez, la negativa de abrir su partido a las masas, enfatiza la tendencia electorera de Acción Nacional, es decir, un concepto de acercamiento ciudadano basado en una estrategia electoral, que sólo busca el contacto masivo durante coyunturas electorales para obtener apoyos que atraigan un número considerable de votos.

Pese a lo anterior, los panistas afirman que la presencia político-electoral y de gobierno que logró el PAN, a nivel local y federal, hasta antes de la jornada electoral de 2006, fue resultado del crecimiento de su estructura en diversas partes del territorio

¹⁶⁰ *Ibidem*, p. 58.

nacional. Según información proporcionada por Jesús Valdés, director de la Secretaría de Fortalecimiento e Identidad del CEN panista, su partido llegó al proceso electoral de 2006 con 670 Comités Directivos Municipales y 2,911 Subcomités Municipales en las 32 entidades federativas. El cuadro número 2 presenta los CDM y los SCM de cada estado.

Cuadro 2
CDM y SCM por estado

	ESTADO	MUNICIPIOS DEL ESTADO	COMITÉS DIRECTIVOS MUNICIPALES	SUBCOMITÉS DIRECTIVOS MUNICIPALES
1	Aguascalientes	11	11	100
2	Baja California	5	4	41
3	Baja California Sur	5	5	2
4	Campeche	11	6	98
5	Coahuila	38	16	10
6	Colima	10	8	121
7	Chiapas	118	23	22
8	Chihuahua	67	40	10
9	Distrito Federal *	16	15	500
10	Durango	39	29	57
11	Guanajuato	46	33	376
12	Guerrero	79	5	14
13	Hidalgo	84	18	0
14	Jalisco	124	73	50
15	Estado de México	125	43	80
16	Michoacán	113	48	15
17	Morelos	33	4	0

18	Nayarit	20	1	3
19	Nuevo León	51	30	61
20	Oaxaca	570	19	22
21	Puebla	217	29	307
22	Querétaro	18	12	116
23	Quintana Roo	8	6	17
24	San Luis Potosí	58	44	86
25	Sinaloa	18	13	270
26	Sonora	72	10	149
27	Tabasco	17	6	50
28	Tamaulipas	43	21	16
29	Tlaxcala	60	14	6
30	Veracruz	212	22	230
31	Yucatán	106	34	73
32	Zacatecas	58	28	9
	TOTAL	2454	670	2911

FUENTE: elaboración propia con datos proporcionados por la Secretaría de Fortalecimiento e Identidad del CEN del PAN (junio de 2006).

* En el caso del Distrito Federal, son Delegaciones, Comités Delegacionales y Subcomités Delegacionales.

Con base en el análisis de las cifras anteriores, podemos decir, grosso modo, que en los estados donde la presencia político-electoral del PAN ha sido común desde la década de 1980 y 1990, el número de SCM y de CDM es variable. Se observa que el desarrollo de la capacidad de vinculación social se ha dado más en unas entidades que en otras, permitiendo el crecimiento de la estructura panista a nivel municipal. Aguascalientes, Baja California, Durango, Guanajuato y Nuevo León, se encuentran entre los estados, que han desarrollado considerablemente su presencia mediante sus SCM, contrario a otros considerados

bastiones del PAN como Coahuila, Chihuahua, Jalisco, Michoacán o Tamaulipas, donde ese partido posee muy pocos SCM, en comparación con sus CDM. Llama la atención que en estados como Colima, Distrito Federal, Puebla, Sinaloa, Sonora y Veracruz, donde el PAN tiene amplia representación, a nivel de subcomités municipales, se ha ubicado como segunda e incluso tercera fuerza política.

También es importante destacar que en entidades con gubernatura panista, como Aguascalientes, Baja California, Campeche, Chiapas, Guanajuato, Querétaro, San Luis Potosí y Yucatán, donde el número de SCM es considerable en relación con el número de CDM y municipios gobernados. Por el contrario, llama la atención que en estados como Morelos y Tlaxcala, el PAN tuviera gobernador pero sólo una tercera parte de CDM y menos SCM, en relación con el número de municipios existentes. En esos casos, se pone en evidencia, que el éxito electoral no es paralelo al crecimiento estructural, lo cual implica que existe una deficiencia en la vinculación social vía el mecanismo estructural y la prevaencia de otros mecanismos como el establecimiento de alianzas con grupos sociales y grupos de poder.

Con el objetivo de apreciar mejor lo anterior, el cuadro número 3 presenta el esquema de CDM y los SCM, en los estados donde el PAN ganó la gubernatura antes de las elecciones federales de 2006.

Cuadro 3
CDM y SCM en estados con gubernatura panista

ESTADO	MUNICIPIOS	COMITÉS DIRECTIVOS MUNICIPALES	SUBCOMITÉS DIRECTIVOS MUNICIPALES
Aguascalientes	11	11	100
Baja California	5	4	41
Guanajuato	46	33	376
Jalisco	124	73	50
Morelos *	33	4	0
Querétaro	18	12	116
San Luis Potosí	58	44	86
Tlaxcala *	60	14	6
Yucatán	106	34	73
Chiapas**	118	23	22

FUENTE: elaboración propia con datos proporcionados por la Secretaría de Fortalecimiento e Identidad del CEN del PAN (junio de 2006).

* Estados gobernados por el PAN pero con un número muy reducido de CDM y SCM. Tlaxcala lo gobierna en coalición.

** En 2000, el PAN ganó la gubernatura gracias a una alianza de partidos. En los comicios locales celebrados el 20 de agosto de 2006, el PAN en alianza con el PANAL, declinó su candidatura a favor del candidato priísta.

Si, de acuerdo con los panistas, la presencia político-electoral de su partido ha sido resultado de la ampliación estructural en distintas regiones del país, se puede decir que, ¿el crecimiento de Acción Nacional, también implicó el desarrollo de la capacidad para realizar acciones de vinculación ciudadana durante los procesos electorales y fuera de ellos? En ese sentido, ¿cómo ha establecido el PAN, desde la creación de los SCM, la vinculación con la sociedad para llevar a cabo sus funciones?

3.2.1 La Secretaría de Vinculación Social (SVS) como mecanismo de vinculación con la sociedad del PAN.

Acción Nacional ha establecido contacto con la ciudadanía, desde el año 2002 hasta la jornada electoral de 2006, mediante una instancia nacional llamada Secretaría de Vinculación con la Sociedad (SVS), la cuál coordinó las tareas de acercamiento e interacción con la sociedad a nivel local y municipal. A continuación analizamos la labor de la SVS y su papel a lo largo del proceso electoral de 2006, como mecanismo formal de vinculación social.

De acuerdo con la página web del CEN del PAN, la SVS tiene como misión:

Reagrupar y entusiasmar a la población alrededor del Partido en las diferentes regiones del país y reclutar liderazgos importantes de la comunidad que nos permitan seguir ampliando nuestra plataforma humana.

*A través de la implementación de estrategias y actividades que lo acerquen con los diferentes sectores de la misma, para lograr la confianza de la población, fomentar el trabajo permanente de campo de los panistas e incrementar la presencia del Partido en la transformación de la realidad que permita poder llegar a gobernar con base a los principios de Acción Nacional.*¹⁶¹

Los objetivos que persigue los define de la siguiente forma:

- *Lograr la interlocución con Organizaciones de la Sociedad Civil claves para el trabajo del Partido en materia de relación con la sociedad.*
- *Lograr en los hechos y en la percepción pública la cercanía del Partido a las necesidades y problemas de la sociedad.*
- *Incrementar el trabajo del Partido con la sociedad en general.*
- *Incrementar la afiliación y simpatía de mujeres y jóvenes al Partido, escuchando y ofreciendo soluciones a sus necesidades.*
- *Movilizar a la estructura nacional para vincularse socialmente en los diferentes estados de la república y así generar servicios y presencia del Partido en los mismos.*¹⁶²

¹⁶¹ Información obtenida en: www.pan.org.mx

¹⁶² *Ídem.*

La SVS está conformada por: la Dirección Nacional de Promoción Ciudadana (DNPC), la Dirección Nacional de Relaciones Nacionales (DNRN) y la Dirección de Relaciones Internacionales (DNRI). La SVS también trabaja con la Secretaría de Promoción Política de la Mujer (PPM) y con la Secretaría Nacional de Acción Juvenil (SNAJ).

La Dirección Nacional de Promoción Ciudadana (DNPC), se encarga del “diseño, implementación y administración de los planes y proyectos de la dirección, a través de la supervisión del trabajo de los coordinadores del área”. El objetivo es lograr la vinculación y posicionamiento del PAN con los diferentes sectores de la sociedad.

La Dirección Nacional de Relaciones Nacionales (DNRN) y la de Relaciones Internacionales (DNRI), se encargan de “impulsar y dar seguimiento a los vínculos institucionales entre el PAN y diversas organizaciones intermedias afines y no afines a Acción Nacional”. El objetivo básico es: fomentar un acercamiento entre el partido, sus legisladores y sus gobiernos con la sociedad civil organizada; elevar el número de adherentes y miembros activos del partido. Entre sus objetivos específicos destacan: realizar acercamientos con los sectores productivos del país para reagruparlos con el partido; promover los derechos humanos y el apoyo a los grupos en situación de vulnerabilidad a través del trabajo activo y la gestión social; promover el arte y la cultura.¹⁶³

La Secretaría de Promoción Política de la Mujer (PPM) tiene como objetivos:

impulsar la participación social, económica y política de las mujeres en el país y en Acción Nacional y promover una cultura de equidad, a través de facilitar el acceso de las mujeres a los órganos y niveles de toma de decisión y de diseño de políticas

¹⁶³ *Ídem.*

*públicas que afecten positivamente su calidad de vida, así como promoviendo su acceso a puestos de elección popular.*¹⁶⁴

La Secretaría Nacional de Acción Juvenil (SNAJ) tiene como objetivos. aumentar la penetración y aceptación del PAN entre los jóvenes y el establecimiento de relaciones con diversos organismos de la sociedad civil, instituciones o asociaciones juveniles y estudiantiles para propiciar la simpatía, participación y militancia de este sector en el partido.¹⁶⁵

La SVS, surge durante la segunda gestión de Luis Felipe Bravo Mena (2002-2005)¹⁶⁶ en la dirigencia nacional del PAN. De acuerdo con la información proporcionada por dicha secretaría, la razón primordial de su creación fue la percepción generalizada en la militancia panista y en las estructuras de decisión del partido, de que Acción Nacional, estaba alejado de su origen ciudadano debido a que “el trabajo partidista en las plazas de las comunidades y en las calles de todo el país, había sido olvidado”¹⁶⁷. Fue entonces, cuando tomaron la decisión de “poner todas las herramientas que el CEN tenía para comunicarse con la sociedad en un mismo lugar”, y crear la Secretaría de Vinculación con la Sociedad (SVS).¹⁶⁸

Al respecto, Luis Miguel Morán, Secretario Técnico de la SVS, apuntó:

el hecho de que el partido ganara espacios políticos no implicaba una vinculación con la sociedad real, situación que nos llevó a replantearnos la forma cómo habíamos venido trabajando. Nos

¹⁶⁴ *Ídem.*

¹⁶⁵ *Ídem.*

¹⁶⁶ Luis Felipe Bravo Mena, fue dos veces el presidente nacional de Acción Nacional. Su primer periodo fue 1999-2002 y se reeligió para el trienio 2002-2005.

¹⁶⁷ Información obtenida en: www.pan.org.mx

¹⁶⁸ Hasta antes de las elecciones de 2006, dicha secretaría estuvo bajo la dirección de Gerardo Priego, quien previamente, ocupó el puesto de consejero en el CN y de presidente del CDE panista en Campeche, fue director de Programas Sociales y coordinador de Microregiones de la Sedesol durante el gobierno foxista, su ingreso al PAN data de 2001. Es empresario ganadero en Tabasco, fue presidente fundador de la Coparmex y del Consejo Coordinador Empresarial en dicha entidad, además, encabezó la Federación de Empresarios del Sureste. Cuéllar, Mireya. *Op. cit.*, p. 180.

*dimos cuenta de que el trabajo del partido era más del ochenta por ciento al interior y el resto afuera.*¹⁶⁹

Una afirmación como ésta hace constar la tendencia electorera que Acción Nacional adoptó, a partir de que el sistema de partido hegemónico se abrió a la competencia interpartidaria. De ahí que su ascenso electoral no fue resultado de la ampliación de su representación territorial, sino de estrategias electorales efectivas. Aunque los panistas se preocuparon más por ganar elecciones y por la institucionalización de su partido, el desarrollo de la capacidad de mantener una estrecha vinculación ciudadana que trascendiera las coyunturas electorales, nunca estuvo entre sus prioridades.

En ese sentido, a más de diez años ejercer el poder local y después de haber ganado la presidencia de la República, el reconocimiento de las limitantes del PAN en lo referente a la vinculación con la sociedad, hizo inaplazable, según los panistas, la necesidad de escuchar y tener más contacto con la gente, de “ganarse a la gente” y de dignificar a la política a través de mantener contacto permanente con la ciudadanía para hacerla partícipe de la labor política y con las diferentes organizaciones de la sociedad civil. Esa es la razón por la cual, la SVS, también busca servir como “puente al inicio y durante la relación que el partido establezca con organizaciones sociales y políticas”.¹⁷⁰

De acuerdo, con Xóchitl Pimienta, directora del área de Relaciones Nacionales e internacionales de dicha secretaría, lo que interesa al establecer vínculos con diversas organizaciones es:

ciudadanizar cada vez más al partido tanto en sus ideas, como en su metodología de vinculación social... Hay organizaciones con las que el PAN se ha vinculado desde siempre y de las que ha recibido apoyo, pero también hemos sumado más, de distinto perfil... nuestro vínculo y afinidad con éstas es temático porque la

¹⁶⁹ Entrevista con Luis Miguel Morán, Secretario Técnico de la Secretaría de Vinculación con la Sociedad del CEN del PAN, 24 de febrero de 2006.

¹⁷⁰ Información obtenida en: www.pan.org.mx

*mayoría de las organizaciones que componen nuestro padrón son apartidistas.*¹⁷¹

Como dijimos antes, en la medida en que al PAN le ha funcionado, a lo largo de su historia electoral, establecer contacto con la ciudadanía a través de alianzas con distintas organizaciones de la sociedad civil, no es extraño que una de las estrategias de SVS, haya sido la ampliación de sus alianzas con diversas organizaciones. Al preguntar sobre el perfil de las organizaciones con las que el PAN mantiene contacto, mediante la SVS, los panistas aseguraron que su partido no busca establecer relación con organizaciones de un tipo específico.¹⁷²

Si bien pretenden que exista coincidencia de intereses en la solución de determinados asuntos de orden público y/o sean afines a su doctrina, durante el tiempo de funcionamiento de la SVS, el padrón se ha compuesto de organismos civiles vinculados, en su mayoría, a mujeres y jóvenes de clase media así como a grupos conservadores y de profesionistas. Son pocas las alianzas que tienen con organizaciones vinculadas a sectores sociales rurales, indígenas o urbano-marginados.¹⁷³

A decir de los panistas, con el objetivo de lograr un efectivo acercamiento e interacción con el ciudadano, la SVS ha realizado trabajo de campo de manera permanente, para ganar la confianza de la población y plantear soluciones a sus necesidades. En palabras del Secretario Técnico de dicha secretaría, lo que se persigue con lo anterior es:

¹⁷¹ Entrevista con Xóchitl Pimienta, Directora del área de Relaciones Nacionales e Internacionales, de la Secretaría de Vinculación con la Sociedad del CEN del PAN, 2 marzo de 2006.

¹⁷² De acuerdo con el numeral 11 correspondiente al capítulo IV del Reglamento para las relaciones del PAN con agrupaciones intermedias: “Ningún grupo puede actuar corporativamente del partido, ni reclamar posiciones internas por su participación en actividades conjuntas”. Sin embargo, el numeral 14 permite la postulación a militantes de otras agrupaciones que no sean miembros de Acción Nacional, a puestos de elección popular.

¹⁷³ Cabe destacar que nos fue negado el acceso al padrón de organizaciones vinculadas al PAN, vía la Secretaría de Vinculación Social.

*la construcción de políticas de desarrollo... que atiendan aquellas problemáticas sociales que no atiende el gobierno federal, estatal ni municipal, para que las personas se sientan representadas e identificadas con el partido.*¹⁷⁴

Para lograr que el PAN se constituyera como un efectivo instrumento de canalización de las necesidades de la población hacia las instituciones de gobierno, se diseñaron e implementaron una serie de estrategias basadas en los diferentes temas que al partido le interesaba agregar a su propuesta política. Según Morán, antes del diseño de esas estrategias, se formó un consejo experto a nivel nacional, con especialistas de la realidad municipal y local en cada uno de los temas. Dicho consejo, lo constituyeron personas en su mayoría externas, no panistas, debido a la nula presencia que el PAN ha tenido en zonas no urbanizadas y a la falta de desarrollo de esquemas de acercamiento ciudadano fuera de coyunturas electorales. El secretario técnico de la SVS, percibió esta problemática de la siguiente forma:

*carecíamos de la experiencia necesaria para realizar el trabajo que pretendíamos. Donde terminaba el concreto, también terminaba el PAN...
Por tal motivo se pensó en un consejo externo que tuviera una función doble: como asesor y agente de vinculación...
A partir de este consejo se diseñaron las estrategias y establecimos la relación con organizaciones civiles, éstas a su vez, nos ayudaron a construir redes de personas interesadas y preocupadas por estos temas. Esas redes nos sirven como una alianza con la sociedad.*¹⁷⁵

Esta afirmación revela el reconocimiento, por parte de la dirigencia panista, de que uno de los grandes problemas de la estructura de Acción Nacional, en materia de acercamiento y vinculación social, ha sido, desde su fundación, su incapacidad no sólo para penetrar en las zonas urbano-marginadas y en las rurales, sino constituirse como opción político-electoral para esos sectores ciudadanos. Las limitantes de su estructura, en cuanto a

¹⁷⁴ Entrevista con Luis Miguel Morán.

¹⁷⁵ *Ídem.*

la vinculación social, también se han reflejado en la falta de experiencia de los cuadros panistas para desplegar estrategias de acercamiento con los electores pertenecientes a esos estratos sociales. Hasta las elecciones de 2006, la intención de voto hacia el PAN, tanto en elecciones locales y federales, se concentró entre los electores pertenecientes a la clase media de zonas urbanas. Más adelante se abordará el tema a profundidad.

Debido a que un partido necesita disponer de una estructura lo suficientemente amplia para penetrar la mayor parte del territorio así como de cuadros capaces de llevar a cabo las tareas vinculación e interacción con la sociedad, la creación de un consejo que sirviera de asesor y agente de vinculación no resolvió el problema de fondo, porque la vinculación le sigue dando prioridad a liderazgos externos al partido y no mediante sus propios militantes que han ocupado puestos en el gobierno a nivel local, utilizando los recursos de su estructura o impulsando su crecimiento. Algo así, sigue haciendo vigente la fórmula de vinculación social tradicional de Acción Nacional: el contacto con personas ajenas al partido, vinculadas a organizaciones cívicas.

Si bien, en la historia del PAN, el vínculo con este tipo de organizaciones lo han realizado por afinidad ideológica y/o coincidencia de intereses, no ha existido un criterio claro para establecer la relación. De ahí que durante la década de los noventa, diversos representantes y líderes de organizaciones de extrema derecha vinculadas al partido, se incorporaron a la estructura pansita como dirigentes y posteriormente a los puestos de decisión en la estructura local y nacional.

3.2.1.1 Estrategias de vinculación con la sociedad de la SVS.

La SVS diseñó e implementó, desde su creación en 2003, siete estrategias en los distintos temas que interesaba promover al partido en la sociedad. Según su página web, son seis las estrategias que la secretaría está implementando: dos territoriales y cuatro temáticas.¹⁷⁶ A continuación analizamos cada una.

La primera estrategia territorial está orientada al sector rural e indígena llamada “Plantar” (Programa de Acción Nacional en Acción Rural). Se diseñó para lograr un vínculo más estrecho con el medio rural para conocer las necesidades y propuestas de la sociedad y generar confianza y credibilidad hacia el partido. Sus objetivos específicos son: implementar procesos de responsabilidad social que den respuesta a las necesidades de tal sector, lograr el desarrollo rural sustentable, formar relaciones institucionales duraderas, sólidas y productivas, no corporativas, con la sociedad rural y sus líderes.

“Comunidad” es otra estrategia territorial orientada al sector urbano-popular. Busca reconocer las necesidades de las comunidades urbano marginales del país para proponer soluciones y formar lazos de credibilidad y confianza con el partido.

Al respecto Luis Miguel Morán afirmó:

Lo que se pretende con las estrategias territoriales es empezar con la inclusión de las comunidades rurales y marginadas al desarrollo, a través del trabajo continuo para generar su confianza no sólo seis meses antes de la elección sino de forma permanente. Una vez que logramos generar su confianza, teniendo un antecedente de trabajo, podemos buscar su voto.¹⁷⁷

A partir de las estrategias territoriales se derivan el resto de las estrategias temáticas, las cuales son: “Cautivarte”, mediante la cual se promueve el arte y la cultura. Otra

¹⁷⁶ Información obtenida en: www.pan.org.mx

¹⁷⁷ Entrevista con Luis Miguel Morán.

estrategia es “Consejos Empresariales”, a través de ésta, se busca fomentar las relaciones institucionales que el partido ha tenido desde sus orígenes con el sector empresarial para “atraer, reagrupar y activar políticamente a empresarios alrededor del PAN”. En esa lógica, la SVS creó un Consejo Empresarial cuyo objetivo es apoyar la conducción de las relaciones con los diferentes líderes del sector empresarial para fomentar la interacción con los miembros del PAN y sus funcionarios gubernamentales.

La estrategia llamada "Derechos humanos y Grupos vulnerables", se enfoca a hacer activismo político entorno a estos temas y para atender sus demandas. El objetivo es lograr que estos grupos sociales “participen de la vida pública sin restricción, exclusión o marginación, en pleno uso y disfrute de sus derechos”. “Maestros en Acción” es otra estrategia que permite al partido vincularse con educadores de todas las áreas, niveles, especialidades u oficios para impulsar la labor cívica y educativa del partido. Finalmente, para promover la agenda ecológica existe la estrategia llamada “México Ambientado”, su finalidad es “sumar el esfuerzo de todos los mexicanos a nivel nacional en una sola dirección a favor del medio ambiente”.

Según Luis Miguel Morán, ninguna de las siete estrategias se creó con fines electorales, están planteadas a 25 años, “este tiempo es para ver resultados tangibles y darnos cuenta si el partido contribuyó a generar condiciones de desarrollo o no”. Además, aseguró que no se crearon para ampliar la membresía del partido, ni establecer relaciones corporativas, porque eso “tampoco resolvería los problemas de la ciudadanía”.

Como dijimos anteriormente, un partido se inserta en un sistema de partidos con un fin perfectamente establecido, la búsqueda del poder mediante la vía electoral. Para ello, desarrolla distintas funciones con el fin de ser instrumento de expresión y canalización de las necesidades ciudadanas y constituirse como una opción político-electoral viable. Bajo

esta lógica, si el propósito de las siete estrategias diseñadas e implementadas por la SVS, no tienen fines electorales, ni buscan ganar simpatías, tampoco pretenden establecer relaciones de tipo corporativo con organizaciones cívicas, entonces, en la práctica, ¿qué aporta al PAN dicha secretaría?

Si bien, en los estatutos del PAN, se establece que las labores de vinculación con la ciudadanía y organizaciones cívicas así como de proselitismo, quedan a cargo de la SVS, en los tres niveles estructurales, en la práctica, no están claros los aportes que en materia de vinculación social, ni de apoyos electorales, la SVS le brinda a Acción Nacional. Dicha secretaría no tiene un padrón que muestre una relación de los vínculos que ha establecido, por medio de sus estrategias, con la sociedad y con organizaciones, tampoco las características de tales relaciones. La labor de acercamiento e interacción ciudadana que coordina la SVS en los CDE, CDM y en los SCM, forman parte de una estrategia de la dirigencia panista para proyectar a Acción Nacional como un partido que maneja sus vínculos sociales por medio de su estructura formal y de una instancia bien regulada por sus estatutos.

La SVS, se creó en el marco de las elecciones intermedias de 2003, momento en el cual, el PAN disminuyó en intención de voto debido a que la gran cantidad de simpatizantes ganados en las elecciones de 2000, mediante la estructura paralela Amigos de Fox, no trascendió esa coyuntura electoral. A esto, se sumó el mal desempeño del gobierno federal y la disociación con el proyecto político de su partido.¹⁷⁸ Aunque lo anterior, exaltó

¹⁷⁸ La SVS, formó parte del proyecto político de Luis Felipe Bravo Mena, en la dirigencia nacional del PAN, el cual se impuso en la elección interna de 2002, a la candidatura y proyecto de Carlos Medina Plascencia. Cada proyecto representó las dos principales fracciones panistas: los tradicionalistas y los neopanistas. En materia de vinculación con la sociedad, el primer proyecto enfatizaba las alianzas entre los liderazgos regionales y las familias tradicionales que mantenían importantes espacios de autoridad y poder en el partido, así como el acercamiento a la ciudadanía a partir de los subcomités municipales. El segundo pretendía alianzas con el gobierno federal, con los panistas que habían ejercido el gobierno en estados y municipios, la

la necesidad de establecer una vinculación duradera con la sociedad utilizando la penetración de la estructura organizativa panista, a nivel de municipio, y bajo la coordinación de la SVS, la línea política de acercamiento e interacción con la ciudadanía, no concibió a dicha secretaría, ni a sus actividades formales a nivel nacional, estatal ni municipal, como el elemento estructural fundamental para acercarse con la sociedad, ni a sus vínculos como la fuente primordial de atracción de simpatías y de votos.

En la medida en que la política real de vinculación de la dirigencia, no concibe las actividades formales de la SVS, como el recurso fundamental de vinculación con aquellos sectores sociales identificados como prioritarios en la agenda de vinculación social del PAN, prevalecen las alianzas con personalidades y organizaciones afines a su fracción, restringe la participación de los militantes con experiencia en las tareas de gobierno así como la utilización de mecanismos informales en periodos de elecciones.¹⁷⁹

3.2.2 La SVS en el proceso electoral.

Si, de acuerdo con la información proporcionada por la SVS, ésta fue creada para establecer una labor constante de vinculación social en todos los niveles de la estructura organizativa panista, con base en la implementación de diversas estrategias, ¿cuál fue la participación de la SVS en el proceso electoral de 2006? ¿De qué forma trabajó con el equipo de campaña del candidato presidencial Felipe Calderón? ¿Hasta qué punto fueron utilizados sus vínculos por la campaña presidencial?

participación de la militancia y las alianzas con la sociedad. Hernández Vicencio, Tania. “El Partido Acción Nacional frente...”, en *Op. cit.*, p. 32.

¹⁷⁹ Aunque la reelección de Bravo Mena, como presidente nacional del PAN, reposicionó a la fracción tradicional durante el periodo 2002-2005 en la dirigencia panista, también significó la posibilidad de la construcción de redes de apoyo por parte de la ultraderecha para impulsar la candidatura de Manuel Espino para la presidencia de su partido en 2005 y la elección del candidato presidencial para el proceso electoral de 2006. Hernández Vicencio, Tania. “Conflicto y transformación...” *Op. cit.*, p. 40.

La SVS, no participó de ninguna manera en la campaña presidencial. No tuvo una estrategia proselitista clara, ni coordinada con las del candidato presidencial, Felipe Calderón. Al respecto, el Secretario Técnico de la SVS afirmó:

no tenemos una estrategia exclusivamente electoral, la Secretaría de Vinculación Social participa de forma coyuntural en el proceso electoral. No organizamos eventos proselitistas porque no nos podemos exponer a que la ciudadanía piense que nuestras estrategias morirán después del dos julio, nuestro objetivo es trabajar con la comunidad, no que el partido llegue al poder.

Al referirse específicamente a la campaña presidencial comentó:

... la secretaría pone a disposición del candidato los vínculos sociales construidos a través de nuestras estrategias para que su gente se oriente cuando van a hacer labor de proselitismo con ciertos grupos, organizaciones o sector social, dependiendo de su plan o sus necesidades de movilización, pero no participamos directamente en las actividades de Felipe Calderón... invitamos a las personas a que asistan a los eventos del candidato y les recordamos que el apoyo a éste es importante, pero nada más...

En la medida en que la participación de la SVS, sólo obedeció al plan de trabajo de las estrategias que la secretaría estaba coordinando, existió una ruptura entre las actividades del candidato presidencial y el partido. En ese sentido, no existió una labor acompañamiento por parte de la instancia partidista nacional encargada del establecimiento de puentes con diversos sectores ciudadanos y organizaciones, que guiara los vínculos o las alianzas del candidato y que pusiera a disposición de la campaña presidencial una estrategia proselitista a partir de la estructura territorial panista.

Algo así, se puede interpretar de dos formas. Primero, como una práctica natural en el PAN, si tomamos en cuenta que desde los ochenta, las actividades de los candidatos, específicamente los presidenciales, han sido independientes de la estrategia electoral del partido. Segundo, como reflejo del natural enfrentamiento entre las fracciones panistas.

Con respecto al último, podemos decir que en el 2005, la elección para la renovación de la dirigencia panista constituyó un proceso que confrontó a las fracciones al interior del partido, debido a que representó la oportunidad de que los aspirantes a la candidatura presidencial obtuvieran apoyos de la nueva dirigencia.¹⁸⁰ Cuando Felipe Calderón, obtuvo la candidatura presidencial de Acción Nacional, vino la ruptura con la dirigencia panista encabezada por Manuel Espino. Ante esa situación, el equipo calderonista, inició un proceso de negociaciones para incorporar al CEN, a integrantes del equipo del candidato presidencial, en un intento de establecer una cercanía y articular la campaña con el partido.

Aunque la llegada de Espino a la dirigencia nacional del PAN en 2005, significó la continuidad del proyecto de vinculación social impulsado por Bravo Mena, durante casi dos meses de campaña, las estrategias del partido y las del candidato caminaron distantes. Dos meses después de iniciada la campaña calderonista, sólo a tres actos había asistido el dirigente nacional panista, debido a que éste estaba concentrado en la postulación de las candidaturas legislativas. Lo anterior reveló que, en la medida en que la candidatura calderonista no representaba los intereses de la dirigencia panista, encabezada por Espino, ni de los grupos alrededor de ésta.

Una semana antes de las elecciones en el Estado de México, en marzo de 2006, y ante el inminente despunte en las preferencias electorales del candidato del PRD, Felipe Calderón relanzó su campaña, haciendo cambios en su equipo inicial y replanteando su

¹⁸⁰ El proceso de elección de la actual dirigencia nacional, implicó la lucha del panismo tradicional y los neopanistas (alianza que apoyó la candidatura de Carlos Medina Plascencia y la aspiración presidencial de Felipe Calderón) contra los grupos de ultraderecha, la fracción pragmática y el equipo foxista (alianza que apoyó la candidatura Manuel Espino y la aspiración presidencial de Santiago Creel). Para un análisis detallado sobre la renovación de la dirigencia panista consultar: Hernández Vicencio, Tania. “La renovación de...”, en *Op. cit.*

estrategia política. Una de las novedades fue que Manuel Espino, comenzó a acompañar a Calderón en sus actos de campaña y a apoyarlo abiertamente en las labores proselitistas, en otras palabras, se intentó subsanar la imagen de ruptura entre el partido y su candidato presidencial que prevalecía en los panistas, simpatizantes y el electorado, desde antes del inicio formal del proceso. Aún así, lo anterior no significó que el candidato y su partido adoptaran una estrategia proselitista conjunta. Tampoco que la SVS, hiciera su aparición en el proceso electoral. Dicha secretaría nada tuvo que ver con la estrategia electoral del PAN, ni de su candidato presidencial. Algo así, puso en evidencia la ineficacia del partido para impulsar el desarrollo de la labor de acercamiento e interacción con la ciudadanía a través de un mecanismo formal.

3.3 MECANISMOS DE VINCULACIÓN INFORMALES.

Los mecanismos informales utilizados para mejorar la labor de vinculación social en la campaña presidencial de Felipe Calderón, debido a la falta de apoyo de la dirigencia panista y a las limitantes de la estructura partidaria fueron tres: el proyecto Redes por México, la llamada Gran Alianza Ciudadana y la estrategia Sinergia.

3.3.1 La estrategia del candidato como mecanismo de vinculación social.

3.3.1.1 Redes por México.

El concepto de Redes por México se constituyó como una estructura alterna de vinculación social que fue creada durante la campaña interna de Felipe Calderón para generar una red de apoyos y simpatías entre los militantes activos y adherentes en torno a su precandidatura. El proyecto fue manejado en dos etapas por el equipo del candidato. La primera comenzó a operar en febrero de 2005 con el nombre de “Red es por México” y la segunda con el nombre de Redes por México a partir de que inició formalmente la candidatura por la presidencia, a finales de enero de 2006.

Cuando Felipe Calderón inició su actividad proselitista al interior del PAN, se refirió a la Red es por México de la siguiente forma:

*... hoy iniciamos la marcha que habrá de ir para despertar la conciencia de todos los mexicanos, una marcha que nos va a permitir construir una red, una enorme red de corazones y de voluntades...
Iniciamos hoy una nueva etapa que va más allá, va más allá del apoyo a las campañas de Acción Nacional. Una nueva etapa que tiene que ver con la construcción de una alianza con los ciudadanos
Hoy nace, amigas y amigos, con ustedes esta red ciudadana, la Red es por México que habrá de llevarnos a todo el país a reencender la pasión por México y a encauzarla en trabajo político.
Con la Red es por México, vamos a ganar la candidatura y vamos a ganar la Presidencia de la República, esa es mi fuerza...
... la Red es por México y tiene como propósito construir una gran alianza con los ciudadanos, con los militantes del PAN, desde luego, pero con todos los ciudadanos, es decir, va más allá de Acción*

*Nacional y busca que el PAN se acerque a ellos, incluso invitándolos a adherirse a nuestro movimiento político y a nuestra fuerza. ... esta Red es por México, no pone en riesgo la unidad de Acción Nacional, al contrario, trabajará por la unidad de Acción Nacional...*¹⁸¹

Una vez que Calderón asumió formalmente la candidatura panista, esta red pretendió constituirse a nivel nacional en un mecanismo de vinculación social que permitiera crear varias redes ciudadanas de simpatía y apoyo al candidato, no al partido, y que sirviera como canal de participación ciudadana en el proceso electoral.

A partir de la segunda semana de febrero de 2006 se activó en la página web del candidato Felipe Calderón una liga al sitio de las Redes por México. La información presentada en dicha página fue la siguiente:

¿Quiénes Somos?

Somos un grupo de ciudadanos comprometidos con Felipe Calderón para que sea el próximo Presidente de México. Nos organizamos como redes independientes (estudiantes, grupos de amigos, familiares, compañeros de trabajo, sindicatos, asociaciones, etc.) mediante la invitación y registro personal de amigos y conocidos que comparten nuestra simpatía por el candidato y la preocupación por un mejor México.

¿Qué Hacemos?

Formamos grupos de ciudadanos comprometidos con crear un México más competitivo. Nos registramos en el sistema “Redes por México” para podernos organizar y comunicar en forma efectiva. Nos fijamos metas para integrar a más ciudadanos a nuestra red. Ayudamos a los representantes locales en sus esfuerzos de campaña. Promovemos y protegemos el voto.

¿Qué es una Red?

Es un equipo de personas con intereses comunes, organizadas en grupos de 12 a 20 personas para facilitar la comunicación y movilización en la campaña. ¿Cómo puedes participar?

Puedes participar en una o varias redes. Te puedes registrar en la red general de simpatizantes, puedes dar de alta una nueva red y registrar e invitar a tus amigos o puedes ser invitado a participar por alguna otra red. Una vez registrado puedes

¹⁸¹ Discurso pronunciado por Felipe Calderón durante el evento Red es por México, 13 de febrero de 2005. Visible en: www.felipe-calderon.org

*entrar a tu red en “Mi Red” y acceder y comunicarte con todas las personas en tu red.*¹⁸²

El proyecto Redes por México estuvo bajo la coordinación política de Jordi Herrera¹⁸³ y la coordinación técnica de Alberto Coronado¹⁸⁴ y fue la estrategia principal del área de Redes de la casa campaña del candidato Felipe Calderón. Dicha estrategia, introdujo una forma de vinculación e interacción social novedosa que utilizó el recurso electrónico, de forma que, el contacto con la ciudadanía se estableció vía Internet. Convencidos del impacto masivo de la web, el equipo de Redes, trasladó el proyecto Red es por México utilizado durante la campaña interna de Felipe Calderón, a la campaña presidencial, mediante el sistema E-Felipe (Electronic-Felipe), el cual, utilizó todas las herramientas cibernéticas para dar a conocer y difundir la campaña del abanderado panista.

La operación de esa red ciudadana vía Internet, consistió en la difusión de la propuesta del candidato presidencial y en la creación e interacción con grupos formados a partir de temas de interés comunes para el electorado. Lo anterior se desarrolló en dos fases, la primera consistió en el registro en una red temática y la segunda en el intercambio de información con los miembros de esa red y las otras. De acuerdo con el equipo encargado de las Redes, su sistema virtual permitiría un contacto masivo con los usuarios de Internet así como el establecimiento de puentes de interacción sin necesidad de establecer un contacto directo con esas personas.

¹⁸² Información proporcionada por el equipo de campaña de Felipe Calderón en: www.felipe.org.mx

¹⁸³ Fue consejero del PAN por el DF y nacional, secretario particular de Felipe Calderón desde 1996, coordinador de agenda en la campaña de Santiago Creel para la jefatura de gobierno en 2000 así como coordinador de Comunicación Social del grupo parlamentario panista. Cuéllar, Mireya. *Op. cit.*, p. 128.

¹⁸⁴ Es ingeniero en sistemas computacionales, se afilió al PAN en Monterrey a mediados del 2004 y no había ocupado ningún cargo en su partido. Entrevista con Alberto Coronado, Coordinador del Sistema E-Felipe de las Redes por México, 15 de febrero de 2006.

Para pertenecer a alguna red, era fundamental simpatizar con el candidato panista, con alguno de los valores que promovía, o simplemente con el lema de la campaña calderonista: “construir un México mejor”. Si el usuario cubría cualquiera de esos requisitos, podría proceder a iniciar el registro, participación, intercambio de información y comunicación en uno o varios grupos temáticos, e invitar a otros ciudadanos a integrarse al sistema de redes virtual.

Según los creadores de las Redes por México, formar parte de una red, implicaba para los simpatizantes del candidato presidencial panista, diversos grados de participación. El fundamental era otorgar su voto a Felipe Calderón, además de la vigilancia de las casillas el día de la elección. Otra forma de participación consistió en dar a conocer la propuesta del candidato así como en invitar y persuadir, vía correo electrónico o contacto personal, a otras personas a integrarse a alguna red. También existieron otras modalidades de participación como: la organización de reuniones donde se promovía al candidato, la asistencia a eventos realizados por la casa de campaña, la colaboración en las actividades proselitistas, los donativos económicos, la aportación de tiempo o recursos materiales como salones, automóviles, etc.

Cuando algún simpatizante realizaba su registro electrónico a las Redes por México, comenzaba a recibir información, vía correo electrónico, de los actos de campaña del candidato para que asistiera. Según los coordinadores del sistema, el objetivo era buscar que el ciudadano registrado pasara de un nivel de participación virtual a uno presencial. Si bien, el contacto inicial y la invitación a involucrarse en la campaña se desarrolló exclusivamente por medio de Internet, la lógica del proyecto se basó en la idea de que el ciudadano que decidiera vincularse e interactuar virtualmente en una red con otras personas, también podría involucrarse en las actividades proselitistas del candidato. De

acuerdo con Alberto Coronado, coordinador operativo del sistema virtual Redes por México, lo que su equipo pretendía, era lograr que la persona pasara del nivel de participación virtual al presencial para que se sumara a los eventos proselitistas e invitara a otros ciudadanos a hacerlo.

*... queremos que los participantes virtuales se conviertan en presenciales para que asistan a los eventos de campaña y promocionen al candidato, invitando a 4 o 5 gentes a una reunión en su casa, donde les proporcionen folletos informativos y les presenten un video sobre el candidato y su propuesta...*¹⁸⁵

Es importante destacar que la estrategia Redes por México, se basaba exclusivamente en la promoción del candidato y no de su partido, como una forma de impulsar la organización ciudadana independiente de un partido político. De esa forma, en la página web de las Redes, no existió ninguna alusión directa al PAN. Al preguntar si esta estrategia estaba aislada de Acción Nacional, la respuesta fue negativa. El coordinador operativo afirmó que, si bien, el nivel de participación virtual sólo requería de la simpatía por el candidato y no con su partido, en el momento en que el ciudadano decidiera formar parte activa en los eventos proselitistas, al simpatizante se le vincularía con la estructura panista.

Pretendemos que las personas interesadas en organizar las reuniones, tengan algún acercamiento con los panistas de su localidad... se les brindará la dirección de su comité o subcomité municipal para que acudan y soliciten información o apoyo en la realización de estos eventos...

No intentamos que éstos sean coordinados por gente militante del PAN sino que el ciudadano busque los elementos dentro del partido por iniciativa propia. El espíritu de las redes es un movimiento ciudadano, no influenciado ni acotado por la estructura del partido.
186

¹⁸⁵ Entrevista con Alberto Coronado, Coordinador del Sistema E-Felipe de las Redes por México.

¹⁸⁶ *Ídem.*

Con base en las afirmaciones anteriores podemos decir que la apuesta principal de los coordinadores de la estrategia Redes por México, era el establecimiento de una vinculación e interacción masiva virtual vía Internet que impulsara un grado de participación presencial e involucramiento en la campaña amplio. Ese mecanismo de vinculación e interacción social, estuvo pensado para personas que no se interesaran en mantener relación con el Partido Acción Nacional. Una estrategia que bien podía contribuir favorablemente a impulsar la participación del electorado, si se toma en cuenta que la ciudadanía muestra bajos niveles de identificación partidaria y una negativa a participar políticamente a través de un partido. Sin embargo, la idea de no mezclar la simpatía por el candidato y el partido, también tuvo implicaciones negativas. En primer lugar, contribuyó a acentuar la ruptura entre Felipe Calderón y el PAN, específicamente con su dirigente nacional Manuel Espino, así como a preservar la tendencia panista de mantener aisladas la estrategia de los candidatos y la de su partido.

En segundo lugar, puso al descubierto las limitantes de la estructura de Acción Nacional en materia de acercamiento e interacción con la ciudadanía debido a la ausencia de una estrategia de vinculación social ni proselitista clara por parte del CEN así como de sus estructuras estatales y municipales. Los CE, SCE, SCM, no tenían conocimiento de la existencia de la estrategia Redes por México, tampoco contemplaban un posible acercamiento de uno o varios ciudadanos para solicitar apoyo o capacitación en la realización de eventos proselitistas para su candidato presidencial.

En tercer lugar, le otorgó mucha importancia a la iniciativa de los simpatizantes para organizarse políticamente y reclutar simpatías a favor del candidato panista. En palabras del coordinador operativo del proyecto:

Creemos que el incentivo que tiene el ciudadano para participar es el civismo, el deseo por mejorar México... ésto, es algo que nos mueve a todos, incluyendo a los que estamos participando en la campaña. Además, el proyecto se basa en las experiencias de participación e involucramiento de las personas en las redes ciudadanas en otros estados, las cuales, en la mayoría de los casos, han rebasado la capacidad de organización de la campaña y la gente trabaja sola.¹⁸⁷

Si bien, las expectativas de participación que tenía el equipo de campaña respecto de las redes eran amplias porque, a decir de sus organizadores, la idea retomó las experiencias de participación política de los ciudadanos en el ámbito estatal, no tomaba en consideración las particularidades locales, donde los niveles de participación política dependen de coyunturas específicas, de los niveles de politización de los ciudadanos, entre otros indicadores.

Luego de un mes de que la campaña calderonista arrancó formalmente, el mecanismo de vinculación social virtual Redes por México, no había alcanzado el impacto esperado por el quipo del candidato panista. Los coordinadores del proyecto de redes se percibían desconcertados porque el padrón de personas registradas no había cambiado sustancialmente del que se tenía durante la campaña interna. Esto significaba que los simpatizantes registrados formaban parte del voto duro del candidato y no se habían sumado nuevos simpatizantes.

Según Alberto Coronado, no se podían tener una cifra, ni siquiera aproximada, del número de personas registradas, lo único claro era que los miembros habilitados, hasta ese momento en el sistema virtual, eran exclusivamente panistas.

son sólo militantes del partido, gente de la casa de campaña, los que estamos coordinando el proyecto y nuestras familias... vamos a esperar un mes más para que podamos hacer un conteo formal de los registrados y saber si el proyecto está funcionando.¹⁸⁸

¹⁸⁷ *Ídem.*

¹⁸⁸ *Ídem.*

Esta situación reveló que el sistema virtual Redes por México, como mecanismo de vinculación social del candidato presidencial Felipe Calderón, fue obsoleto en varios sentidos. En primer lugar, el Internet como herramienta de vinculación social no fue eficaz debido a que el concepto de vinculación masiva del equipo del candidato no fue político, es decir, no se basó en la idea de vincularse con diversos segmentos sociales a través de mítines y otras formas de acercamiento personal e incluso mediático, como lo hizo durante su campaña interna. Si bien, la transmisión de información e interacción por medio del Internet permite poner a disposición de un número ilimitado de usuarios distintos tipos de mensajes, eliminando las barreras temporales y geográficas para establecer puentes de contacto e interacción. Para fines político-electorales, ese concepto informático-virtual de la vinculación social, presentó fuertes limitantes en cuanto a la impersonalidad de la vinculación y en el acceso a ese medio, ya que los usuarios se concentran en un sector minoritario del electorado.

En segundo lugar, desde que se activó el registro electrónico en febrero de 2006 hasta el cierre de la campaña, el proceso de interacción virtual que pretendía mantener comunicados a los ciudadanos entre sí y con los coordinadores de las redes temáticas, se redujo a exclusivamente al envío de boletines informativos relacionados con las encuestas e invitaciones de última hora a los eventos del candidato. Al solicitar información a la casa de campaña sobre las redes, se remitía a la dirección de correo electrónico de la página web de las redes. La respuesta que se obtenía al establecer contacto vía correo electrónico al Sistema de Redes por México o a alguna red temática, se abocaba a informar al usuario de la red que debía esperar el contacto del coordinador de la red o redes en la que había realizado su registro. Algo así evidenció no sólo el fracaso, sino la inexistencia de la

estrategia de vinculación virtual para construir redes temáticas y operarlas con fines de movilización electoral.

En todos los actos de campaña, los asistentes desconocieron la presencia de las redes temáticas generadas a través de dicho sistema virtual. Las únicas redes presentes en los actos de campaña eran la Red de Mujeres y la Red de Jóvenes, ambas formadas por militantes panistas y que, de acuerdo con la información proporcionada por Coronado, se generaron para el apoyo a la campaña interna de Felipe Calderón y en torno a las cuales, se pretendía organizar otras redes.¹⁸⁹ Lo anterior se entiende, en la medida en que, tanto en el sector femenino como en el juvenil, se concentró la mayor parte de las propuestas de campaña del candidato presidencial del PAN, porque sumaban casi el 50% del padrón electoral y porque en las elecciones de 2000 constituyeron un fuerte capital electoral al brindar mayoritariamente su voto al entonces candidato panista Vicente Fox.

Aunque en la estructura del Partido Acción Nacional, la Secretaría de Promoción Política de la Mujer y la Secretaría de Acción Juvenil tienen representación a nivel nacional y estatal, las redes de mujeres y jóvenes que apoyaron al candidato presidencial, estaban desligadas de dichas instancias partidistas. Según Verónica Pérez Herrera, Directora en Funciones de la Secretaría de Promoción Política de la Mujer del CEN panista, afirmó que su secretaría no apoyaba directamente a ninguna de las redes creadas por la campaña calderonista debido a que su labor obedecía a los programas que dicha secretaría había implementado desde antes de iniciado el proceso electoral, para capacitar a las mujeres

¹⁸⁹ En el discurso inaugural de la “Red es por México” para la campaña interna, el entonces precandidato Felipe Calderón, destacó así la labor del sector femenino y juvenil del PAN: “... Llamo a mujeres y a jóvenes porque ustedes son la clave de una campaña ganadora, con las mujeres y los jóvenes, con la vieja guardia también de Acción Nacional, con todos los ciudadanos, está garantizada la victoria...”. Lo anterior revela que el sector femenino y juvenil del electorado, constituyó para el candidato presidencial panista un amplio capital político-electoral. Discurso pronunciado por Felipe Calderón durante el evento Red es por México, 13 de febrero de 2005.

militantes del PAN, vincularse con organizaciones de mujeres y trabajar en agendas compartidas con éstas.

Nosotros tenemos redes de mujeres en los estados, simpatizantes con el PAN, que se han sumando vía las organizaciones de mujeres con las que tenemos contacto o mediante nuestros programas de vinculación con mujeres, a las que invitamos a que participen cuando hay un evento del candidato...

No podemos decir que nuestros vínculos con mujeres constituyen la Red de Mujeres por México que apoya exclusivamente a Felipe Calderón... esa red se formó en apoyo a su precandidatura interna y ahora opera en su campaña, pero nada tiene ver con nuestro trabajo.¹⁹⁰

En tercer lugar, tanto el CEN como el Comité Directivo del DF, no sólo desconocieron la existencia del sistema virtual Redes por México, sino cuestionaron la estrategia. Al respecto, Rafael Chi, entonces Director de Vinculación Social del Comité Directivo Regional del DF, afirmó:

... desconozco el proyecto pero con base en nuestra experiencia, puedo decir que la idea de las redes en el DF es muy difícil de vender... pareciera que genera una serie de compromisos como aportar tiempo o dinero, que ningún ciudadano está dispuesto a dar así nada más... la gente quiere cosas tangibles y no se organiza a menos que tengan un problema muy urgente.

... es inviable solicitar que se contacte a un grupo de vecinos para promover al candidato, porque el estilo de vida de los ciudadanos del DF marca una barrera natural de comunicación, es decir, no se conoce ni al que vive enfrente... ésto, debilita la idea de generar y operar una red.¹⁹¹

Una vez más, lo anterior reveló el alejamiento a causa de las pugnas internas entre Felipe Calderón y los líderes de algunos comités regionales del PAN, como el del DF, pero además, la falta de convergencia no sólo en el concepto, sino en la forma en que los panistas se vinculan con la sociedad, en las diferentes regiones del país. Esto significa que

¹⁹⁰ Entrevista a Verónica Pérez Herrera, Directora en Funciones de la Secretaría de Promoción Política de la Mujer del CEN del PAN, junio de 2006.

¹⁹¹ Entrevista con Rafael Chi, Director de Vinculación Social del Comité Directivo Regional del DF, febrero de 2006.

la estrategia calderonista, no logró constituirse como una gran red ciudadana que aglutinara a otras y motivara a la sociedad a involucrarse y participar. Por el contrario, los apoyos electorales reclutados mediante las Redes por México estuvieron acotados por la militancia panista que simpatizaba con la fracción que Felipe Calderón representaba.

En suma, la estrategia de difundir masivamente la propuesta del candidato panista vía Internet para ciudadanos interesados y atraídos por su propuesta política o por la construcción de un “mejor México” jamás funcionó.

Por un lado, lo que los creadores del concepto E-Felipe creyeron que sería una innovación que potencializaría su presencia en amplios sectores sociales y abarataría los costos de movilización, resultó ser su principal limitante. La sustitución del contacto, comunicación e interacción personal que se desarrolla casa por casa, en las colonias y los barrios por la interacción virtual, sesgó el alcance y efectividad de la estrategia. Si bien, el ciberespacio constituye una herramienta de interacción e intercambio de información eficiente, el acceso al medio es limitado para el grueso de la población. De forma que, los sectores sociales sin acceso a una computadora, sin conocimientos de informática, quedaron excluidos de la posibilidad de organizarse en una red temática. Ante esto la duda natural fue: ¿cómo se vincularon y movilizaron el voto de esos y otros sectores? Más adelante profundizaremos en ello.

Por otro lado, las experiencias locales no se pueden tomar como una referencia general y exclusiva para el establecimiento de un proyecto a nivel nacional. Las particularidades locales no son aplicables a un nivel nacional que combina una gran diversidad de pautas de cultura política. En ese sentido, la participación ciudadana en entidades como el DF obedeció a una lógica distinta a las motivaciones de participación e involucramiento de otros estados del país.

Hasta aquí podemos concluir que el mecanismo de vinculación y participación virtual llamado Redes por México, no sirvió para organizar la participación política ciudadana ni solicitarle su voto. Con base en los indicios recabados, a través de nuestro trabajo de campo, podemos afirmar que en la realidad no existieron tales redes de ciudadanos, más bien estuvieron guiadas por las redes de mujeres y jóvenes formadas exclusivamente por simpatizantes del candidato y de su fracción.

Cabe destacar que durante el proceso de investigación, intentamos entrevistar a los coordinadores de tales redes para conocer su forma de operación ya sea mediante E-Felipe o mediante otra forma de vinculación social con la campaña calderonista, sin embargo, no encontramos respuesta. Esto nos demostró que las Redes por México, no fue un mecanismo de vinculación real con la ciudadanía, porque estuvo limitado por la militancia y el proyecto no se logró constituir en un movimiento exclusivamente ciudadano.

Además, dicha estrategia fue creada para dar la impresión de que en la campaña calderonista, existía un canal de vinculación por medio del cual, cualquier ciudadano interesado en participar o apoyar con su voto a Felipe Calderón se podía vincular por iniciativa propia, con otros ciudadanos simpatizantes y con el PAN. Si bien, la tendencia natural del PAN demuestra que el refuerzo y fortalecimiento de sus mecanismos de vinculación social se realiza exclusivamente durante periodos electorales, y por lo mismo a lo largo de su historia ha utilizado diversas estructuras alternas, el caso de las Redes por México va más allá. Reflejó una campaña cerrada y limitada a la fracción panista que representó el candidato durante su carrera político-partidista, y la creación una estrategia que serviría para encubrir otras estrategias susceptibles de ser cuestionadas por la opinión pública, en función de los resultados que aportaran a la campaña presidencial.

3.3.1.2 Gran Alianza Ciudadana.

Otro mecanismo informal del que se valió la candidatura de Felipe Calderón para establecer contacto con la sociedad, fue la llamada Gran Alianza Ciudadana (GAC). La finalidad de esa alianza generada una semana después del arranque formal de la campaña, fue sumar simpatías y establecer una red de apoyos ciudadanos provenientes de diversos sectores sociales mediante el vínculo con asociaciones civiles e instituciones de asistencia privada.

Según el equipo de campaña del candidato panista, la convocatoria y organización de la Gran Alianza Ciudadana de Felipe, corrió a cargo de Daniel Hernández Franco y de Jannette Arriola. El primero, ex coordinador de asesores de Josefina Vázquez Mota cuando era secretaria de Sedesol e instruido en la administración de Ernesto Zedillo para coordinar el programa Progresá (conocido desde la administración foxista como Oportunidades). La segunda, fue presidenta del Patronato Pro Zona Mazahua (AC), organización que formó parte de la Alianza.¹⁹² El objetivo de esa red de alianzas era formar una agenda compartida con más de 200 organizaciones sociales con presencia en todo el territorio nacional, pero sin “espacio de participación en la vida pública”.¹⁹³

De forma que la alianza se firmó con representantes de 51 organizaciones de distinto perfil (civiles, sociales, profesionales, gremiales, intermedias), así con liderazgos reconocidos local, regional o nacionalmente. Todos ellos, afines a los valores y a la propuesta de gobierno calderonista.¹⁹⁴

¹⁹² Montes, Rodolfo. “Vamos México le da un empujón a Felipe”, en *La Revista*, núm. 109, 27 de marzo de 2006, p. 30.

¹⁹³ *Ídem*.

¹⁹⁴ Reyes Viguera, Armando. “Alianza Ciudadana, más allá de partidos”. Visible en: www.pan.org.mx

La esencia de la GAC, se basó en ocho compromisos, que obedecían a la propuesta programática de Calderón: el impulso de una economía competitiva y generadora de empleos, igualdad de oportunidades de desarrollo para todos los mexicanos, la equidad de género, la transformación del sistema educativo, el respeto a la ley, la protección de los recursos naturales, la vida democrática, la transparencia.¹⁹⁵ A decir de los involucrados, esos compromisos no debían ser vistos como una plataforma de campaña, sino como conceptos compartidos que permitirían dar paso a una alianza que trascendiera la campaña electoral y se convirtiera en una “gesta ciudadana”.¹⁹⁶

Aunque entre los firmantes de la alianza se encontraron organizaciones civiles como la Confederación de Sordos del Mercado Tepito, el grupo Chavos Banda de Naucalpan, la Fundación Holy Art, además de participantes a título personal como artistas y deportistas paralímpicos,¹⁹⁷ la mayoría de los participantes de la GAC fueron organizaciones, que dijeron ser beneficiarias económicamente y en especie, por la Fundación Vamos México, que presidía Martha Sahagún, y por la Sedesol así como personajes ligados al PAN, al gobierno federal y al candidato presidencial.

De forma que, dicha alianza poco o nada tuvo que ver con la participación de ciudadanos organizados que simpatizaban con el proyecto calderonista, en cambio, se concentró en una lógica clientelar con personalidades y organizaciones conservadoras, basada en el condicionamiento de apoyos e intercambio de beneficios y favores por votos.

¹⁹⁵ Documento de la Alianza Ciudadana. Visible en: www.felipe-calderon.org

¹⁹⁶ Conceptos de “La Gran Alianza de los Mexicanos”. Visible en: www.felipe-calderon.org

¹⁹⁷ Herrera, Claudia y Miriam Posada. “Calderón firma alianza con agrupaciones civiles”. Diario *La Jornada*, 1/1/2006.

El cuadro número cuatro, presenta la relación de algunas de las organizaciones que destacaron en la GAC, por los apoyos recibidos por alguna institución gubernamental así como por sus vínculos con funcionarios e instituciones del gobierno foxista.

Cuadro 4
Organizaciones de la GAC

ORGANIZACIÓN	OBJETIVO	TIPO DE BENEFICIO E INSTITUCIÓN QUE LO OTORGA	VÍNCULO CON INSTITUCIONES O CON FUNCIONARIOS
Confederación Mexicana de Organizaciones en Favor de la Persona con Discapacidad Intelectual, A.C. (CONFE) (www.confe.org.mx)	Establecer estrategias de organización, funcionamiento y vinculación que faciliten la operatividad entre la Red CONFE y sus alianzas institucionales”. Tiene afiliadas a 158 asociaciones en México, de las cuales 103 son del interior del país y 55 del D.F.	Económicos y en especie por parte de Sedesol, DIF y la, Fundación Vamos México (FVM).	Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS). Josefina Vázquez Mota. Ana Teresa Aranda. Martha Sahagún.
Patronato Pro Zona Mazahua, AC. (sin página web)	Crear “estrategias para combatir la pobreza a través del impulso al desarrollo integral sustentable”.	Microcréditos por parte de Fundación Vamos México (FVM). Apoyos del Instituto de Desarrollo Social (Indesol), de la Sedesol.	Martha Sahagún.
Casa de la Amistad para niños con Cáncer, IAP. (www.casadelaamistad.org.mx) Institución de Asistencia Privada.	Brindar apoyo integral a niños de escasos recursos que padecen cáncer.	Dependencias federales y municipales del gobierno del Estado de México. Recursos del Fideicomiso Transforma México de la Lotería Nacional y de Vamos México.	Martha Sahagún.
Procura, AC.	Capacitar organizaciones no lucrativas en el campo	NO ESPECIFICADO	Diversas organizaciones sociales pertenecientes al

(www.procura.org.mx)	<p>del desarrollo institucional y sustentable para “incrementar la calidad de los servicios que ofrecen a su comunidad”.</p> <p>Mantiene vínculos con diversas instituciones estadounidenses como el Leader to Leader Institute y mexicanas como la Fundación del Empresario Chihuahuense.</p>		<p>padrón de Vamos México.</p> <p>Fundación Televisa.</p> <p>Centro Mexicano para la Filantropía.</p> <p>Manuel Arango.</p>
<p>Christel House de México, AC.</p> <p>(www.mx.christelhouse.org)</p>	<p>“Brindar a niños, niñas y jóvenes huérfanos y de escasos recursos oportunidades para romper el círculo de la pobreza”.</p>	Indesol.	Secretaría de Educación Pública.
<p>Mujeres y Punto, AC.</p> <p>Agrupación Política Nacional desde 1999.</p> <p>(www.mujeresypunto.org.mx)</p>	<p>“Contribuir al crecimiento ciudadano de las mujeres, a través de la educación cívica y de participación ciudadana, y al desarrollo de la cultura democrática al interior de las familias”.</p>	NO ESPECIFICADO	Laura Carrera Lugo (excoordinadora de Atención Ciudadana de la Presidencia de la República y colaboradora de Vicente Fox).
<p>Libre Acceso, AC.</p> <p>(sin página web)</p>	NO ESPECIFICADO	<p>Se ha beneficiado económicamente de la Ley General de Personas con Discapacidad (instrumento de coordinación intersecretarial que promueve y apoya financieramente a organizaciones civiles del rubro).</p>	<p>Oficina para la Promoción e Integración Social para personas con discapacidad de la Presidencia.</p> <p>Vicente Fox.</p> <p>Julio Frenk.</p>
<p>Red Nacional de Mujeres Vigilantes.</p> <p>(sin página web)</p>	<p>“Promover el desarrollo del campo y de las microempresarias así como proyectos de desarrollo comunitario”.</p> <p>Se constituye como una</p>	<p>Apoyos económicos del Programa de Apoyo a las Organizaciones Sociales Agropecuarias y Pesqueras, de la Sagarpa.</p>	<p>Patricia Espinosa Torres (presidenta del Instituto Nacional de las Mujeres)</p> <p>Asociación Nacional del Sector Agrario y Campesino, AC</p>

	contraloría social para vigilar en los comités estatales que los recursos de los programas federales de apoyo a las mujeres “se entreguen con equidad, transparencia y eficacia”.		(ANSAC), Consejo Mexicano para el desarrollo Rural Sustentable de la Sagarpa. Diversas dependencias federales.
Agrupación de Libre Promoción a la Justicia Social. (sin página web) Agrupación Política Nacional.	Tiene su sede en Tlaxcala.	Recursos económicos del área de Planeación, evaluación y seguimiento de Programas del gobierno de Tlaxcala.	Gobierno del estado de Tlaxcala. Héctor Ortiz Ortiz (gobernador de Tlaxcala).
Alianza Mundial de la Juventud, AC. (sin página web)	NO ESPECIFICADO	NO ESPECIFICADO	Su presidente Jesús Rivera Barroso fue coordinador general de Políticas, Estudios y Estadísticas del Trabajo de la Presidencia, subsecretario de Política Sectorial de la Secretaría de la Reforma Agraria y funcionario de la Delegación Benito Juárez.
Grupo por los Derechos de los Sordos. (sin página web)	NO ESPECIFICADO	Beneficios económicos por parte de la Fundación Vamos México.	Martha Sahagún.

FUENTE: elaboración propia con datos obtenidos de Montes, Rodolfo. *Op. cit.*, en la página web de las organizaciones así como en referencias realizadas a las organizaciones en páginas web y notas periodísticas.

Entre los personajes involucrados en la GAC destacaron: Everardo Lovera (Federación de Productores de Maíz), Edith Chávez (Juventudes de la ONU), Salvador Aguayo (Red Nacional de Empresas Sociales), Marcos Achar Tussi, hermano del propietario de pinturas Comex, Marcela Rovsar, hija de la ex funcionaria de Enlace Empresarial en la Sedesol y luego responsable de relaciones públicas de la campaña

calderonista. Además participaron: Manuel Arango, empresario y creador del Centro Mexicano para la Filantropía, Alfonso González Migoya, exdirector corporativo de Grupo Alfa de Monterrey y Guillermo Velasco Arzac, vinculado tanto a Martha Sahagún y Manuel Espino y presidente de la Coordinadora Ciudadana, organización que mantenía relación con la Secretaría de Vinculación con la Sociedad del CEN panista. Se dijo que este último, se encargó de “sumar a la campaña organismos de extrema derecha”.¹⁹⁸

La creación de la GAC, despertó controversias entre diversas organizaciones civiles agrupadas en redes,¹⁹⁹ por dos razones. En primer lugar, por haber sido excluidas de la convocatoria realizada por los coordinadores de la alianza, esto quiere decir, que esa alianza ciudadana se realizó en dos niveles: uno con organizaciones y personas interesadas en el trabajo en agendas compartidas con el gobierno calderonista y el otro con organizaciones y personalidades que fueron convocadas específicamente por los beneficios que el gobierno foxista les otorgó durante su gestión y/o los apoyos que podían aportar a la campaña, en términos económicos, de vínculos sociales y de votos. En segundo lugar, por la ilegalidad de las prácticas clientelares, que instancias gubernamentales establecieron con las organizaciones referidas, para favorecer al candidato del PAN en los comicios del dos de julio de 2006.

Lo anterior no lleva a concluir que, en la medida en que el candidato panista carecía de una estructura territorial partidista que le reportara insumos suficientes de vínculos sociales para desarrollar su labor de proselitismo, tuvo que desarrollar una estrategia de vinculación social basada en mecanismos que subsanaran no sólo las limitantes de su

¹⁹⁸ Delgado, Álvaro. “La campaña”, en *Proceso*, núm. 1527, 5 de febrero de 2006, pp. 13 y 15.

¹⁹⁹ Algunas de las redes denunciadas fueron: Red de los Derechos de la Infancia en México, la Red de Derechos Humanos en Oaxaca, la Red por la Participación Ciudadana, el Centro Nacional de Comunicación Social (Cencos), la Red de jóvenes UNASSE, la Red por los Derechos Sexuales y Reproductivos en México y la Red por la Participación Ciudadana. Villamil Jenaro. “Rechazo al clientelismo”, en *Proceso*, *Op. cit.*, p. 14.

partido en materia de vínculos ciudadanos sino también la ruptura con la dirigencia panista. Como se debía generar una alianza que le garantizara una base de apoyo electoral amplia, el equipo de campaña le dio más peso la red de vínculos con organizaciones y liderazgos sociales que en distintas coyunturas electorales le aportaron un caudal de votos importantes al PAN.

Lejos de la reproducción de la fórmula electoral panista de ver a sus organizaciones afines como intermediarias con la ciudadanía dada su incapacidad para establecer una estrategia de vinculación social capaz de crear una plataforma sólida de simpatías que trascienda las coyunturas electorales, la GAC puso en evidencia el manejo de la estructura de gobierno foxista como un potente mecanismo de vinculación con fines electorales.

3.3.2 La estructura de gobierno como mecanismo de vinculación social.

El vínculo de distintas organizaciones civiles con funcionarios gubernamentales que brindaron su voto a Felipe Calderón, no sólo fue resultado del establecimiento de alianzas y acuerdos de colaboración con personajes del gobierno federal, formaron parte de una estrategia del gobierno federal para vincularse con la ciudadanía antes y durante el proceso electoral de 2006. Las secretarías de estado y la política social, fue utilizada como un mecanismo de vinculación con diversos sectores sociales para darle ventaja al PAN, por encima de los partidos opositores. Tanto la administración foxista en la presidencia y la fracción parlamentaria panista, crearon una estrategia cuyo objetivo fue “crear una estructura de movilización del voto” en estados donde el PAN no era gobierno para obtener una base de apoyo electoral cuantificada en “8 millones de votos”.²⁰⁰ La operación esa estrategia obedeció a dos momentos: antes y durante el proceso electoral. A continuación analizamos cada uno.

3.3.2.1 Programa de Capacitación en Programas Federales.

En 2004, el grupo parlamentario del PAN (GPPAN), perteneciente a la LIX Legislatura, impulsó el refuerzo de las labores de vinculación social del CEN, los CE y los CDM, y la creación de una Red de Enlace Ciudadano, mediante el uso de los programas sociales del gobierno federal. Todas esas acciones formaron parte del llamado Programa de Capacitación en Programas Federales, el cual pretendía obtener beneficio político y electoral en favor de los candidatos panistas en elecciones estatales y municipales. De acuerdo con la descripción de dicho programa, su objetivo era:

²⁰⁰ Delgado Álvaro. “Complicidad electoral”, en *Proceso*, núm. 1535, 2 de abril de 2006, p. 23.

*crear contrapeso a la gestión social del PRI y del PRD en el sector agrario, agropecuario y rural; generar estructuras sociales que le dieran fuerza al PAN; integrar a la población del campo a organizaciones rurales identificadas con Acción Nacional.*²⁰¹

El programa se desarrolló en dos etapas. La primera, consistió en la utilización 113 programas de alto impacto social implementados por secretarías y dependencias federales para obtener datos socioeconómicos de regiones en situación de extrema pobreza, sus necesidades y los beneficiarios que formaban parte del padrón por localidad y sección electoral. A partir de esa información, se implementarían tácticas electorales dependiendo de las “características y el potencial de movilización” de cada entidad del país”, además se generarían “propuestas específicas” para cada región a partir de “las necesidades de cada grupo demográfico”; se gestionarían los apoyos requeridos “en cada estado-municipio-localidad”; y se obtendría apoyo de “Delegados del gobierno federal” en aquellas entidades donde el PAN carecía de presencia de gobierno.²⁰²

Las dependencias gubernamentales que participaron fueron: Secretaría de Agricultura, Desarrollo Social, Reforma Agraria, Trabajo, Economía, Educación Pública, Comunicaciones, Medio Ambiente y Seguridad Pública, Infonavit, IMSS, Instituto Nacional del Programa de Adultos Mayores, Pemex, Financiera Rural, Sistema de Administración y Enajenación de Bienes, Coordinación de Atención a Pueblos Indígenas, Comisión Federal de Electricidad y la Comisión Nacional de Pesca.²⁰³ Por su parte, algunos de los programas utilizados fueron: Oportunidades, Vivienda Rural y Fondo Nacional de Habitaciones Populares, Adultos Mayores, Abasto Social de Leche y Abasto Rural.

²⁰¹ Cervantes, Jesusa. “El PAN compra el voto rural”, en *Proceso*, núm. 1541, 14 de mayo de 2006, p. 28.

²⁰² Delgado Álvaro. *Op. cit.*, p 24.

²⁰³ Garduño, Roberto y Enrique Méndez. “Diputados panistas dan uso electoral a la política social”, *La Jornada*, 20 de febrero de 2006.

Lo anterior quiere decir que la estructura del gobierno federal fue utilizada para estructurar redes sociales de apoyo que fortalecieran paulatinamente a Acción Nacional en los procesos electorales estatales y municipales y que generaran una estructura de movilización del voto para las elecciones de 2006, específicamente en entidades donde ese partido no era gobierno. Ésto, a través de la utilización electoral de programas de alto impacto social, campañas permanentes de gestión social para crear una base de votos potenciales para las elecciones de julio de 2006 y la creación de organismos de la sociedad civil afines al PAN y otras corporativas como Fenpa AC,²⁰⁴ que fue una estructura social-campesina a nivel nacional con la que se reunió líderes sociales, se difundió la operación de los programas sociales y se obtuvieron recursos.²⁰⁵

Para agosto de 2005, el uso electoral de la política social de la administración foxista, generó distintas alianzas con sectores sociales en situación de extrema pobreza, estableció relaciones de tipo corporativo con organizaciones y recursos económicos. De acuerdo con un documento interno del GPPAN, llamado “Principales logros y avances en programas federales”, se obtuvieron 1,383 millones 885 mil pesos provenientes de programas sociales, se creó el Organismo de Productores Agropecuarios y Acuículos Nacional (OPAGAN) además de otras 22 organizaciones sociales afines al PAN.²⁰⁶ El común denominador de esas organizaciones no fue sólo que habían sido creadas a partir de

²⁰⁴ Esta organización presentó a finales del mes de abril una demanda ante la Procuraduría General de la República (PGR) en contra de Josefina Vázquez Mota y Ana Teresa Aranda (titular de la Sedesol) y tres de sus colaboradores, dos diputados federales panistas: Jorge Luis Preciado Rodríguez y José Isabel Trejo Reyes, la empresa Comercial Mexicana y candidatos del PAN al Congreso de la Unión, por presunta malversación de fondos de la Sedesol a la campaña presidencial panista, por medio de las estructuras estatales. La acusación se basó en la negativa a otorgar a la organización 55 millones de pesos. Cabe destacar que su líder Arnulfo Montes Cuen, fue el encargado de diseñar el “Programa de Capacitación en Programas Federales” para el GPPAN y primer orador en el acto de inaugural de la campaña calderonista. León Zaragoza, Gabriel. “A la luz, meta foxista de liquidar a grupos campesinos”. Diario *La Jornada*, 26/04/2006.

²⁰⁵ Cervantes, Jesusa. “Dinero público en la campaña de Calderón”, en *Proceso*, núm. 1540, 7 de mayo de 2006, p. 23.

²⁰⁶ *Ídem*.

la implementación de dicho programa, sino que ofrecían votos corporativos porque sus líderes eran dirigentes panistas y sus integrantes se encontraban dentro de los padrones de Sedesol y Sagarpa.²⁰⁷

El manejo electoral de los programas sociales también arrojó una correlación directa entre su aplicación y el desempeño electoral del PAN en diversos estados, elevando los porcentajes de votación de Acción Nacional en los procesos electorales celebrados entre 2004 y 2005 en Tlaxcala, Nayarit, Estado de México y Veracruz, donde hubo elecciones para gobernador. Según diversas encuestas realizadas a los electores de esas entidades, el 8% de los encuestados reconoció haber recibido ofertas de bienes o servicios durante el desarrollo de las campañas políticas, alrededor de 3% recibió propuestas de incorporación a los programas sociales a cambio del voto, como los de apoyo a madres solteras, adultos mayores, becas, créditos a la vivienda y Oportunidades. Finalmente, 2.6 % de los beneficiarios de esos mismos programas le fue condicionado el apoyo a cambio de otorgar su voto a los candidatos panistas.²⁰⁸

Uno de los casos destacados resultado de la aplicación de esta estrategia, fue la elección para gobernador de Veracruz en 2004, cuando el entonces candidato panista Gerardo Buganza, se ubicó a tres puntos del ganador, su partido subió de 27.14% a 34.89% en las preferencias electorales en esa entidad. De acuerdo con el padrón de miembros del PAN en Veracruz, la mayoría se encontraba en calidad de adherentes y tenían una “fecha de

²⁰⁷ De acuerdo con la información presentada en distintos diarios circulación nacional, entre abril y junio de 2006, las organizaciones creadas o afines a los gobiernos panistas, que tuvieron preferencia en el ejercicio de recursos con intenciones electorales fueron: el Consejo Nacional de Plantar ("brazo campesino" del PAN, porque en su estructura se encontraban funcionarios federales) y Unidad Campesina Independiente (UCI), creado por el entonces gobernador de Nayarit, Ney González Sánchez. Además del grupo rural Unión Nacional Integradora de Organizaciones Solidarias y Economía Social (UNIOSES), que se sustentaba en los principios doctrinarios del PAN (de humanismo social, bien común y subsidiaridad). Esa agrupación que nació en junio de 2004 con un padrón de 700 mil agremiados, aumentó en dos años a 4 mil 200 agrupaciones de toda la República. León Zaragoza, Gabriel. "A la luz...". *Op. cit.*

²⁰⁸ Diario Reforma, 16/04/2006, p. 1 y 5.

afiliación posterior al año 2000, además de que su ingreso al programa Oportunidades se realizó en meses cercanos a la fecha de afiliación al PAN.²⁰⁹ Aunque los criterios de selección de beneficiarios del programa Oportunidades se basaban en indicadores socioeconómicos, el 70% del incremento en el número de beneficiarios entre 2003 y 2004, se ubicó en diez estados que concentraban el 50% de los electores inscritos en la lista nominal.²¹⁰

Hasta aquí podemos afirmar que la estrategia identificada por los legisladores panistas como Programa de Capacitación en Programas Federales, constituyó una estructura alterna de vinculación que utilizó la estructura formal del PAN para la obtención de apoyos con miras al proceso electoral de 2006.

3.3.2.2 Sinergia.

Aunque el Programa de Capacitación en Programas Federales constituyó el principal mecanismo que utilizó Acción Nacional para vincularse con la ciudadanía antes del proceso electoral de 2006, a partir de dicho programa, se derivó otra estrategia que se conoció con el nombre de “Sinergia”, que consistió en el establecimiento de un plan de trabajo común entre el gobierno federal y el PAN. El objetivo de lo anterior fue coordinar las acciones de funcionarios públicos federales y estatales para hacer más eficientes las labores de vinculación social y proselitismo del candidato presidencial.²¹¹

²⁰⁹ Zavala Rojas, Diana. “Oportunidades: agua para el molino panista”, en *La Revista*, núm. 119, 5 junio de 2006, p. 20.

²¹⁰ *Ibidem*, p. 23.

²¹¹ Por ejemplo para evitar el desgaste de las estructuras, la estrategia Sinergia contempló que la agenda de giras del candidato debía estar coordinada con la del presidente Fox y la del CEN del PAN para evitar hacer actos en las mismas entidades en una semana, además de que el área de Propuesta y Discursos debía coordinarse con el Vocero de la presidencia para evitar polémica y contradicciones. Delgado Álvaro. “Complicidad electoral”, *Op. cit.*, pp. 23-24.

Un ejemplo de lo anterior fue el incremento de las giras del presidente Fox. En 2005 que realizó 52 giras y del 19 de enero, fecha de inicio de la tregua decretada por el IFE, al 22 de mayo de 2006, el otrora presidente realizó 69 recorridos por el interior del país, concentrándose específicamente en zonas de alta marginación y en estados de peso electoral como el Estado de México, Veracruz y Jalisco.²¹² Esas visitas fueron aprovechadas por el presidente para inaugurar obras públicas y anunciar otros grandes proyectos, entregar donativos y beneficios de distinta especie a ciudadanos y organizaciones. Además, para pronunciar discursos enfocados a los logros de su administración, hacer alusiones al candidato panista Felipe Calderón, realizar críticas al candidato de la Alianza por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador y destacar las bondades de la alternancia.²¹³

Si bien, el uso de programas sociales por un lado, y la realización de acciones coordinadas con la presidencia por otro, constituyeron dos mecanismos de vinculación con la sociedad y obtención de apoyos para la elección, que se intentaron ocultar con las estrategias de campaña de Felipe Calderón, causaron controversias no sólo en torno a la legalidad de la estrategia del posible sucesor presidencial y la lógica excluyente de su estrategia de alianzas, sino también por la falta de imparcialidad en la actuación del gobierno federal, los criterios discrecionales de otorgamiento de apoyos a organizaciones y

²¹² Rocha, Carolina. “El sexto candidato”, en *La Revista*, núm. 119, 5 de junio de 2006, p. 29.

²¹³ A la par de las giras presidenciales, se continuó explotando los programas sociales mediante acarreo y otras prácticas clientelares, como la invitación realizada por la coordinadora de Oportunidades en el Estado México a 450 familias beneficiarias de una localidad para asistir a un acto proselitista del candidato dos semanas antes de las elecciones en la entidad. Herrera, Claudia y Silvia Chávez. “Al descubierto, uso de plan oficial con objetivo electoral”. Diario *La Jornada*. 04/03/2006.

el perfil y posturas "de ultraderecha" de Ana Teresa Aranda,²¹⁴ funcionaria que sustituyó a Josefina Vázquez Mota, en la Sedesol.

Asimismo, provocaron diversas acusaciones sobre el uso electoral de los programas sociales y denuncias por desvío de fondos provenientes del erario público a la campaña calderonista, así como señalamientos que cuestionaron la debilidad de las acciones de blindaje contra el manejo electoral de los programas sociales,²¹⁵ dadas a conocer por Vicente Fox y la entonces titular de la Sedesol, antes del inicio del proceso electoral.²¹⁶ El IFE, por su parte, emitió diversos llamados a la imparcialidad y un decreto que impidió a funcionarios públicos involucrarse en situaciones que crearan un ambiente de parcialidad por parte del gobierno federal.

²¹⁴ Cabe destacar que Aranda tiene antecedentes de militancia en organizaciones filopanistas de corte ultraconservador como la Asociación Nacional Cívica Femenina y Desarrollo Humano Integral y Acción Ciudadana. Además ha sido acusada por el equipo de campaña de Santiago Creel, de usar los recursos del DIF en favor de Calderón durante la campaña interna del PAN. Balboa, Juan y Claudia Herrera. "Sugieren vigilar la neutralidad de Sedeso". Diario *La Jornada*, 8/1/2006.

²¹⁵ El centro de investigaciones FUNDAR, realizó un estudio entre septiembre de 2005 y febrero 2006, llamado "Monitoreo de programas sociales en contextos electorales". Dicha investigación reveló que el blindaje de los programas sociales era insuficiente y limitado porque éstos eran ampliamente "susceptibles de ser utilizados política y electoralmente" debido a que su difusión e implementación se realizó "en correspondencia con los tiempos y coyunturas electorales". Además de que existió un "vacío de control en la ejecución de los programas". Los resultados de dicho estudio se pueden consultar en: www.fundar.org. También se puede consultar: Acosta, Carlos y Álvaro Delgado. "La asistencia social, para servir al PAN", en *Proceso*, núm. 1538, 23 abril de 2006, pp. 20-22.

²¹⁶ Cuando Josefina Vázquez Mota se integró al equipo de Calderón en enero, y ante los señalamientos del PRI y del PRD de que podría utilizar sus conocimientos de los programas sociales a favor de la candidatura presidencial panista, aseguró que durante su gestión entregó los padrones de beneficiarios a los gobernadores de Aguascalientes, Tabasco, Puebla, Guerrero, Coahuila, Michoacán, Guanajuato, San Luis Potosí, Colima, Nuevo León, Jalisco, Morelos y Yucatán. Herrera Beltrán, Claudia. "Descarta Vázquez Mota que la inclusión al equipo de Calderón la distancie de Fox", en *Ibidem*. Según la información recabada, para el mes de febrero sólo se habían entregado 12 padrones, quedando pendientes 50.

3.3.3 Otros mecanismos informales de vinculación social de la campaña presidencial.

En la campaña presidencial también encontramos otros mecanismos que le aportaron un amplio caudal de apoyos electorales al candidato panista. Grosso modo, los podemos dividir en dos grandes grupos. Los primeros obedecen a alianzas realizadas con actores de considerable capital político-electoral: la iglesia, las cúpulas empresariales así como con políticos del PRI y líderes de organizaciones sindicales. El segundo, tuvo que ver con la campaña mediática basada en el golpeo y desprestigio de sus adversarios.

3.3.3.1 Alianzas con personajes.

Si bien distintos tipos de organizaciones católicas han estado presentes en la vida electoral de Acción Nacional desde su fundación, durante su campaña presidencial, Felipe Calderón, realizó una alianza con una organización de corte religioso llamada “Por México”, conformada por los jefes de distintas iglesias como el cardenal Norberto Rivera Carrera, el obispo de la diócesis de Texcoco y secretario general de la Conferencia del Episcopado Mexicano (CEM), Carlos Aguiar Retes; el arzobispo Antonio Chedraoui, jefe de la Iglesia ortodoxa; el obispo anglicano Carlos Touché y el pastor evangélico Abner López así como por otras personalidades políticas y empresariales, basada en el otorgamiento de apoyo electoral a cambio de “libertad religiosa”. Esto significó que el candidato panista garantizaría en su gestión, completo acceso a medios masivos de comunicación, el impulso a la educación religiosa en escuelas públicas y privadas, evangelización militar, asistencia religiosa a hospitales y reclusorios, la no prohibición para que los ministros realicen expresiones políticas así como el cumplimiento de los puntos

discutido en el Congreso Internacional sobre Iglesias, Estado Laico y Sociedad organizado por el Departamento para las Relaciones Iglesia-Estado, de la CEM.²¹⁷

Al igual que el vínculo con personajes y organizaciones de corte religioso, la vida electoral del PAN ha estado delineada por representantes del empresariado nacional y local así como de sus correspondientes organizaciones, los vínculos con éstos durante la campaña calderonista se basaron en una lógica de intercambio de recursos y apoyo electoral a cambio del cuidado de un entramado de intereses políticos y económicos de cobertura nacional, cuya entraña se ubicó en los estados del norte del país. Entre los miembros del empresariado local y nacional destacaron: Marcos Achar Tussi, Manuel Arango, Alfonso González Migoya, Emilio Azcárraga Jean, además de firmas como el Centro de Liderazgo y Desarrollo Humano (Celidrh), Pepsi Corporation, Jumex, Comex, Comercial Mexicana que donaron recursos y se sumaron a la campaña proselitista en distintos momentos. Asimismo organizaciones de corte empresarial como el Consejo Coordinador Empresarial, la Coparmex, el Grupo Cemento Chihuahua, el Consejo mexicano de industria de Productos de consumo, ConMéxico.²¹⁸

Las reuniones entre el equipo del candidato panista y cuadros del PRI, disidentes de la candidatura de Roberto Madrazo, comenzaron desde principios del 2006, pero se mantuvieron en secreto para no causar ningún tipo de reacción en el electorado que pudiera afectar la intención de voto panista. El objetivo era solicitar la incorporación a la campaña calderonista de ex funcionarios del PRI, como Genaro Borrego, ex gobernador de Zacatecas y presidente del PRI; Liébano Sáenz, ex colaborador de Luis Donald Colosio y ex secretario particular del ex presidente Ernesto Zedillo; Jesús Reyes Heróles, ex secretario

²¹⁷ Muñoz, Alma E. "Calderón ofrece a iglesias plena libertad religiosa", Diario *La Jornada*, 3/2/2006.

²¹⁸ Delgado, Álvaro. "Cosecha de odio", en *Proceso*, núm. 1551, 23 julio de 2006, p. 35.

de Energía y ex embajador de México en Estados Unidos; Carlos Ruiz Sacristán, ex secretario de Comunicaciones y Transportes, y Luis Téllez, ex jefe de la Oficina de la Presidencia de la República y ex secretario de Energía; Andrés Rozental, integrante del Servicio Exterior Mexicano; David Penchyna, ex diputado federal, ex secretario técnico en el PRI y ex secretario de Desarrollo Económico en Hidalgo; Jorge Chávez Presa, ex diputado presidente de la Comisión de Hacienda; Carlos Ruiz Sacristán, ex secretario de Comunicaciones y Transportes con Zedillo; Silvia Hernández, ex secretaria de Turismo.²¹⁹ Además para obtener el apoyo electoral y su cargada de otros militantes priístas, tales como Tomás Yarrington, Manuel Angel Núñez, así como de los mandatarios estatales de Sinaloa, Natividad González Parás y Sonora, Eduardo Bours.²²⁰

Además de pactar con numerosos personajes de la tecnocracia priísta, un mecanismo de vinculación para obtener apoyo electoral hacia la campaña presidencial panista, fueron las alianzas con líderes del sindicalismo oficialista que durante la administración foxista, estuvieron respaldados por el entonces Secretario del Trabajo, Francisco Salazar Sáenz, así como con organizaciones de distintos sectores que por décadas han funcionado a través de una lógica corporativa y que también recibieron recursos públicos. Felipe Calderón estableció vínculos con Víctor Flores, entonces Secretario general del sindicato ferrocarrilero y presidente del Congreso del Trabajo CT, el dirigente minero Elías Morales y la Alianza Sindical Mexicana ASM, creada en abril de 2006 con disidentes de la CT, la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos CROC y la

²¹⁹ Herrera, Claudia y Enrique Méndez. “Equipo de Calderón *presume* contactos con ex funcionarios zedillistas”, Diario *La Jornada*, 18/4/2006. Jiménez, Sergio y Jorge Teherán. “Calderón, sin cuadros: antesala de priístas”, Diario *El Universal*, 02/11/2006.

²²⁰ Saldierna, Georgina, Claudia Herrera y Rosa Elvira Vargas. “Polémica por versión de que priístas apoyarán a Calderón”, Diario *La Jornada*, 4/3/2006.

CTM; así como con la Central Obrera formada en septiembre de 2005 con expriistas que se sumaron a las filas del PAN.²²¹

Al hablar del vínculo con estructuras corporativas, una alianza fundamental para la candidatura calderonista fue la que estableció con Elba Esther Gordillo, líder del magisterio mexicano a través del Sindicato Nacional Trabajadores de la Educación SNTE. Ella se encargó de echar mano de toda la estructura del SNTE y de sus fondos monetarios para movilizar el voto en favor del candidato panista, además estableció pactos con los gobernadores del PRI con el fin de impulsar el voto por el PAN en sus estados, específicamente en los del norte.²²²

3.3.3.2 Medios de comunicación.

En la segunda clasificación de los mecanismos informales de vinculación social de la campaña presidencial, encontramos la utilización de los medios de comunicación electrónicos como fórmula de transmisión masiva de mensajes. Si bien, una de las particularidades de la disputa por la presidencia de la República fue la utilización de fórmulas mediáticas para denostar y humillar a los adversarios, particularmente el PAN, implementó una campaña en medios de comunicación, operada por el dirigente nacional panista Manuel Espino, en la que presentó una serie de anuncios centrados en acusaciones hacia el candidato de la alianza Por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador.²²³ A lo anterior se sumó la campaña mediática operada por el gobierno federal basada en la

²²¹ Vergara, Rosalía. “Corporativismo azul”, en *Proceso*, núm. 1551, 23 julio de 2006, pp. 24 y 27-28.

²²² Gil Olmos, José. “El dedazo de gordillo”, en *Ibidem*, pp. 24-25.

²²³ El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) puso un alto a las campañas mediáticas que difundieron los partidos políticos. Específicamente, hizo un llamado a los anuncios del PAN porque violaban el llamado “canon de veracidad” establecido por el código electoral para los anuncios de los partidos políticos.

promoción de los logros de la administración foxista y en alusiones de apoyo al candidato panista.

Todos estos mecanismos le dieron una ventaja sustancial a Felipe Calderón en la intención de voto y hacia el final de la campaña, lo perfilaron como uno de los candidatos punteros con amplias posibilidades de ganar la elección.

CONCLUSIÓN

De lo expuesto hasta aquí podemos concluir lo siguiente. Durante el proceso electoral de 2006, el PAN se vinculó con su fuente de legitimidad a través de la utilización de mecanismos informales. Ésto, debido a que su estructura mantiene sólo una penetración territorial a nivel de municipio y la política de vinculación social está subordinada a las decisiones del CEN, lo que impide un margen de maniobra apegado a las particularidades de cada entidad, sección electoral y municipio. Aunque, la instancia nacional encargada de coordinar las labores de contacto e interacción con la ciudadanía a través de distintas estrategias a nivel local y municipal ha sido desde 2002, la Secretaría de Vinculación con la Sociedad (SVS), hasta las pasadas elecciones federales, esa estructura no logró resolver uno de los grandes problemas de Acción Nacional, en materia de acercamiento y vinculación social: formar cuadros capaces de desarrollar esa labor, hacerse presente en las zonas urbano-marginadas, rurales e indígenas y constituirse como opción político-electoral para sus habitantes.

En consecuencia, no existió una labor acompañamiento por parte de la instancia partidista nacional encargada del establecimiento de puentes con diversos sectores

ciudadanos y organizaciones, que guiara los vínculos o las alianzas del candidato presidencial y que pusiera a disposición de la campaña presidencial una estrategia proselitista a partir de la estructura territorial panista. Si bien, ésto constituye una práctica natural en el PAN que mantiene separadas las actividades de los candidatos de la estrategia electoral del partido y refleja el natural enfrentamiento entre las fracciones panistas, el problema de fondo radica en que la estrategia de vinculación social del PAN, se fundamenta en mecanismos informales como las alianzas con personalidades, liderazgos, organizaciones y grupos en las regiones. Por añadidura, enfatiza un concepto de acercamiento ciudadano, estrictamente electoral, que sólo busca el contacto masivo durante coyunturas electorales para obtener apoyos que atraigan un número considerable de votos.

En la medida en que el candidato panista careció de una estructura territorial partidista que le reportara insumos suficientes de vínculos sociales para desarrollar su labor de proselitismo, la estrategia de vinculación del PAN con la sociedad en el proceso electoral de 2006, se basó en mecanismos exclusivamente informales, mismos que constituyeron la fuente primordial de atracción de simpatías y votos.

El primer mecanismo fue una estrategia llamada Redes por México, la cual, utilizó el recurso del Internet para establecer una vinculación e interacción masiva virtual y crear varias redes ciudadanas de apoyo hacia el candidato, no al partido, y que impulsara la participación ciudadana en la campaña. El sistema virtual Redes por México, como mecanismo de vinculación social del candidato presidencial Felipe Calderón, fue obsoleto para organizar la participación política ciudadana y solicitarle su voto. No fue un mecanismo de vinculación real con la ciudadanía, porque estuvo limitado por la militancia y el proyecto no se logró constituir en un movimiento exclusivamente ciudadano.

Dicha estrategia fue creada para dar la impresión de que en la campaña calderonista, existía un canal de vinculación por medio del cual, cualquier ciudadano interesado en participar o apoyar con su voto a Felipe Calderón se podía vincular por iniciativa propia, con otros ciudadanos y simpatizantes panistas, y con ello, encubrir otras estrategias susceptibles de ser cuestionadas por la opinión pública, en materia de legalidad así como de los resultados que aportaron a la campaña presidencial.

Otro mecanismo informal del que se valió la candidatura de Felipe Calderón para establecer contacto con la sociedad, fue la llamada Gran Alianza Ciudadana (GAC), la cual, sumó simpatías y generó una red de apoyos ciudadanos provenientes de diversos sectores sociales mediante la cercanía con asociaciones civiles e instituciones de asistencia privada. Al igual que el anterior, poco o nada tuvo que ver con la participación de ciudadanos organizados que simpatizaban con el proyecto calderonista, en cambio, se concentró en una lógica clientelar con personalidades y organizaciones conservadoras, basada en el condicionamiento de apoyos e intercambio de beneficios y favores por votos. La mayoría de los participantes de dicha alianza fueron organizaciones beneficiadas por recursos públicos, empresarios afines al PAN y al candidato presidencial. Esta estrategia generó controversias por la ilegalidad de las prácticas que instancias gubernamentales establecieron con las organizaciones referidas, para favorecer al candidato del PAN.

Más allá de la reproducción de esa fórmula electoral panista, basada en concebir a sus organizaciones afines como intermediarias con la ciudadanía, debido a su incapacidad para establecer una estrategia de vinculación social capaz de crear una plataforma sólida de simpatías que trascienda las coyunturas electorales, la GAC puso en evidencia el manejo de la estructura de gobierno foxista como un potente mecanismo de vinculación con fines electorales.

En ese sentido, el vínculo de distintas organizaciones civiles con funcionarios gubernamentales que brindaron su voto a Felipe Calderón, no sólo fue resultado del establecimiento de alianzas y acuerdos de colaboración con personajes del gobierno federal, formaron parte de una estrategia de la administración foxista para vincularse con la ciudadanía antes y durante el proceso electoral de 2006. La presidencia de la República y la fracción panista en el Congreso, impulsaron una estrategia que utilizó las secretarías de estado, la política social, el manejo electoral de recursos públicos, la promoción de logros y las giras del presidente, para vincular a su partido con diversos sectores sociales y movilizar el voto a su favor. Uno de los puntales del éxito de la campaña calderonista fue la utilización de la estructura del gobierno federal y la de algunos locales, en favor del PAN.

A su vez, en la campaña presidencial también encontramos otros mecanismos que le aportaron un amplio caudal de apoyos electorales al candidato panista: las alianzas establecidas con actores de considerable capital político-electoral como la iglesia, las cúpulas empresariales, políticos del PRI y líderes de organizaciones sindicales, así como la campaña mediática basada en los logros de la administración de Vicente Fox y el golpeteo y desprestigio a los adversarios del PAN.

COMENTARIOS FINALES

A lo largo de este trabajo, analizamos las formas a través de las cuales, los partidos políticos se vinculan con la sociedad en los sistemas democráticos contemporáneos, con el objetivo de avanzar en el conocimiento de los mecanismos de vinculación con la sociedad del Partido Acción Nacional, en contextos de alta competitividad electoral, como partido de oposición y partido en el gobierno. De lo expuesto, podemos extraer las siguientes reflexiones generales.

Primero. Al ser, los partidos políticos, instrumentos de intermediación entre la sociedad y el gobierno para representar los intereses sociales, luchar por el poder y darle legitimidad a su ejercicio, se vinculan con la ciudadanía en dos niveles. Uno es el estructural, específicamente, por medio de sus unidades o sedes distribuidas a lo largo del territorio. Éstas, le sirven como canales de acercamiento e interacción con las distintas comunidades de las entidades, secciones electorales, municipios, localidades, colonias y barrios. El otro nivel es el político, que se refiere al desarrollo de distintas tareas orientadas a la representación de los intereses sociales así como a la edificación de bases de apoyo electoral. Esas tareas o funciones políticas, el partido las desarrolla a partir de su estructura. La estructura y las funciones constituyen los mecanismos formales de vinculación de un partido no sólo para acercarse e interactuar con la sociedad, sino también, para cumplir con su rol intermediario y constituirse como opción político-electoral fuerte en el sistema de partidos.

Cuando el contexto socio-político en donde los partidos operan se torna altamente competitivo, éstos han tenido que hacer más eficiente su capacidad estructural y política para constituirse en opciones viables de intermediación para mayores sectores ciudadanos y así, aumentar sus posibilidades de éxito electoral. La competitividad de una organización

partidista dentro de un sistema de partidos, depende de sus mecanismos formales de vinculación con la sociedad. Si éstos le permiten construir una sólida red de acercamiento e interacción con diversos grupos ciudadanos, el partido será un buen instrumento de representación y canalización política. Por el contrario, si éstos le permiten una vinculación sólo con ciertos sectores o grupos, su capacidad de representación y canalización política disminuirá.

En el último caso, empiezan a tomar relevancia otras formas de vinculación con la sociedad, alternas a las formales, que posibilitan una vinculación con intereses más amplios y maximizar el alcance electoral del partido. Por ejemplo: las alianzas con organizaciones civiles y grupos de interés de distinto tipo, la práctica de fórmulas corporativas y clientelares, las campañas electorales que utilizan indiscriminadamente los medios de comunicación y la propaganda sucia, el manejo electoral de las estructuras de gobierno, recursos públicos, alianzas o acuerdos con grupos políticos o de poder, políticas públicas, entre otros. Algunos de esos mecanismos, ponen en duda la transparencia de sus métodos para ampliar sus apoyos electorales, obtener recursos económicos y votos, pero sobre todo, la capacidad de los partidos para constituirse en verdaderas opciones de representatividad e intermediación política para el electorado.

Segundo. Durante cuatro décadas, el potencial de vinculación e interacción social del Partido Acción Nacional, tanto en el nivel estructural como político, era limitado para constituirse en el instrumento de representación y participación política de diversos sectores ciudadanos. Desde su fundación, el principal mecanismo de vinculación social fue el establecimiento de redes de relaciones personales con grupos de clase media y con asociaciones de tipo profesional, empresarial, conservadoras y católicas.

En la medida en que el contexto se volvió altamente competitivo, en Acción Nacional adquirieron relevancia otros mecanismos de acercamiento e interacción con la

ciudadanía que le brindaron la posibilidad de obtener una vinculación más amplia con el electorado. Las alianzas con diversas organizaciones civiles, grupos políticos o de poder así como la creación de estructuras de interés basadas en fórmulas corporativas y clientelares, se convirtieron para ese partido en la fuente principal de atracción de simpatizantes y votos y lo posicionaron como una opción altamente competitiva en el sistema de partidos.

Si bien la presencia de este tipo de mecanismos informales de vinculación social en la historia electoral del PAN, lo ubicaron como primera fuerza político-electoral y como actor fundamental de la alternancia política local y federal, no han contribuido a fortalecer su relación con la ciudadanía a través de sus mecanismos formales, no han generado una identificación partidaria sólida que trascienda las coyunturas electorales. En el proceso electoral federal de 2006, el PAN se enfrentó al reto de posicionarse como una opción política y electoral viable con la sociedad a través de mecanismos que dentro de los márgenes de la transparencia y la legalidad, le permitieran refrendar su triunfo en la Presidencia de la República y generar una base de apoyo de largo plazo.

Tercero. La elección del dos de julio de 2006, fue altamente competitiva y la más disputada en la historia del sistema de partidos en México. Los ciudadanos emitieron 41 millones 762 mil 798 sufragios, los cuales alteraron la distribución geográfica tradicional de las preferencias electorales, reconfigurando el sistema de partidos. En la parte norte y occidente del país se afianzó el PAN, y en la región centro y sur, el PRD. Esto dio paso a un nuevo bipartidismo entre PAN y PRD, donde el PRI pasó a ocupar el tercer lugar. A nivel federal, el PAN se consolidó como la primera fuerza política, obteniendo la mayoría en el Congreso de la Unión y repitiendo en la presidencia de la República.

Para lograr esos resultados, Acción Nacional desplegó una estrategia proselitista basada exclusivamente en mecanismos informales de vinculación social, como los medios

de comunicación, las alianzas con organizaciones, grupos y personajes afines a su candidato presidencial Felipe Calderón Hinojosa, así como a la estructura del gobierno federal y estatal. Esto fue así, a causa de la incapacidad estructural del PAN para implementar estrategias efectivas de acercamiento e interacción con el electorado de sectores sociales urbano-marginados y rurales así como a la confrontación entre la dirigencia panista y el otrora candidato presidencial.

Si bien, esos mecanismos le trajeron resultados electorales favorables, han sido motivo de cuestionamientos sobre la legalidad de la actuación tanto de Felipe Calderón, Manuel Espino y Vicente Fox. A eso se sumó, el margen tan estrecho, aproximadamente un cuarto de millón de votos, de diferencia entre los candidatos punteros: el del PAN y el del PRD, Andrés Manuel López Obrador, que provocó una polarización en las percepciones de los votantes después de la jornada electoral que resolvió el Tribunal Electoral.

Cuarto. Lejos de las opiniones sobre la legitimidad o no del triunfo de Calderón, la controversia se ubica en la operación de su campaña a través de mecanismos de vinculación social que si bien, le otorgaron el capital electoral que, en contextos de alta competitividad un partido requiere para obtener buenos resultados, transgredieron las normas de conducta y ética de la competencia electoral e hicieron más vigentes que nunca, las prácticas que fueron la fuente del poder político del PRI.

En ese sentido, la utilización electoral de la estructura de gobierno recicló los métodos de clientelismo electoral e hizo evidente la vulnerabilidad de la política social. Las alianzas con militantes del PRI, varios de sus gobernadores y algunos dirigentes sindicales, especialmente la lidereza del magisterio, Elba Esther Gordillo. Dejaron ver la capacidad de movilización de votos en favor de algún candidato a cambio de cuotas políticas, complicidades así como la preservación de intereses y privilegios de una elite. Los vínculos con instituciones de asistencia civil relevaron los criterios discrecionales utilizados por la

administración foxista, para repartir y condicionar recursos públicos a distintas organizaciones de la sociedad civil. Los apoyos recibidos por parte de organizaciones de corte conservador y con empresarios, demostraron el empuje de los simpatizantes que durante toda su vida electoral han acompañado a Acción Nacional. La propaganda sucia y la campaña del voto del miedo operada por el entonces presidente Vicente Fox, el dirigente nacional panista y algunos miembros del empresariado nacional y local, comprobó los alcances de la masificación de los mensajes.

Lo anterior demuestra que a casi dos décadas de ejercer el gobierno, el PAN aún no puede orientar su experiencia acumulada a la creación de estrategias efectivas de vinculación ciudadana mediante la estructura del partido, que le ayuden a trascender su naturaleza de partido de cuadros y le permitan replantear sus lazos con militantes y simpatizantes viejos y nuevos. El partido que en algún momento centró sus estrategias electorales en la crítica al sistema de partido hegemónico y captó el voto de inconformidad de los electores, reprodujo los mismos métodos pragmáticos que antaño denunció. Pero sobre todo, el partido que en algún momento enarboló el discurso del derecho ciudadano a elegir libremente a sus gobernantes, ha visto a la ciudadanía como fuente de votos y a sus necesidades, especialmente las de personas que viven en situaciones de pobreza, como moneda de cambio. Es decir, como el elemento susceptible de ser intercambiado por votos a través de ofertas oportunistas que van, desde obsequiar bienes y servicios, hasta la incorporación a programas de apoyo social.

ANEXO METODOLÓGICO

La metodología para abordar el objeto de estudio se basó en la construcción de un marco conceptual para dar respuesta a la pregunta: ¿cómo se vinculan los partidos con la sociedad en los sistemas democráticos contemporáneos?, con base en la hipótesis: los partidos se vinculan con la sociedad a través de dos mecanismos: su estructura organizativa y las funciones políticas que desarrollan para cumplir con su rol de intermediación entre la sociedad y el gobierno. En contextos de alta competitividad electoral los partidos adecuan sus mecanismos de vinculación social y utilizan otros de manera alterna con la finalidad de tener mayores posibilidades de éxito electoral. A partir del marco conceptual se procedió a analizar los mecanismos a través de los cuales el PAN y específicamente su candidato presidencial Felipe Calderón, estableció sus relaciones con la sociedad a lo largo del proceso electoral de 2006.

A continuación describiremos las técnicas de investigación utilizadas para abordar nuestro objeto de estudio. En función de nuestras preguntas de investigación, las técnicas de investigación que utilizamos fueron: investigación y revisión bibliográfica, de documentos relacionados con la estructura formal del PAN y de los mecanismos de vinculación social utilizados en la campaña presidencial panista. Revisión hemerográfica de notas y artículos periodísticos así como de artículos en revistas de coyuntura y análisis especializado. Además recurrimos a la observación en los eventos proselitistas del candidato, y en la estructura nacional y estatal del partido así como a las entrevistas con personajes de la Secretaría de Vinculación Social, del CEN panista, y del equipo de campaña de Felipe Calderón.

Nuestras principales fuentes de información fueron:

- Libros y artículos especializados sobre los partidos políticos, en especial sobre las formas en que éstos establecen su relación con la sociedad en un contexto de competencia electoral.
- Libros y artículos especializados sobre: la historia del PAN, su actuación y desempeño en procesos electorales, su estructura organizativa, su vida interna y fracciones y sobre sus vínculos con estructuras alternas.
- Documentos sobre la estructura formal del PAN: documentos básicos, estatutos, principios de doctrina y organización territorial.
- La Secretaría de Vinculación Social del CEN del PAN.
- La red electoral de Felipe Calderón llamada Redes por México.
- La página Web del candidato Felipe Calderón y del CEN del PAN.
- Discursos y declaraciones del candidato presidencial, del dirigente nacional del partido y de otros dirigentes panistas, del equipo de campaña del candidato.
- Notas periodísticas y artículos en tres distintos diarios: El Universal, La Jornada y Reforma.
- Semanarios de análisis político como Proceso y otras publicaciones periódicas especializadas.
- Los principales eventos proselitistas del candidato Felipe Calderón y la Secretaría de Vinculación Social del CEN del PAN, del Comité Directivo del DF así como de algunos Subcomités Municipales.
- Entrevistas a personajes vinculados a la SVS del PAN y la red electoral Redes por México del equipo de campaña del candidato.

En función de lo anterior, dimos seguimiento diario a nuestras fuentes informativas para obtener información sobre el desarrollo de la campaña del candidato panista a la presidencia así como de las actividades, reacciones y declaraciones del partido en torno a la misma y sobre el proceso electoral.

También se realizó un monitoreo y registro de la información publicada y actualizada a diario en la página del candidato Felipe Calderón, en la del CEN del PAN y en la de Redes por México. La razón de contemplar esos soportes informativos, fue debido a que proporcionaron información detallada sobre los discursos y eventos realizados por el candidato y los líderes nacionales y locales durante la campaña electoral.

En el caso específico de la revisión hemerográfica, el criterio de selección de nuestras fuentes periodísticas obedeció a la postura editorial característica de cada una, lo que permitió acceder a distintas interpretaciones del mismo proceso político. Sin embargo, la recopilación de información no estuvo exclusivamente limitada a esos medios informativos, también se contemplaron semanarios de análisis político y otros periódicos, especialmente en coyunturas específicas.

Con respecto a la investigación de campo, realizamos observación en algunos eventos del candidato así como en la Secretaría de Vinculación con la Sociedad del CEN panista, en el Comité Directivo del DF y en algunos Subcomités Municipales. Además se entrevistó a 5 miembros de la SVS y a uno del equipo de campaña del candidato, específicamente el coordinador operativo del Sistema redes por México. Se negaron a conceder la entrevista debido a sus actividades en la campaña o bien, argumentando no poder responder a nuestras preguntas dada la confidencialidad de la información de la campaña: el titular de la SVS, Gerardo Priego, el coordinador político de las Redes por México, Jordi Herrera, los coordinadores de la Gran Alianza Ciudadana, la coordinadora

política de la campaña de Felipe Calderón, Josefina Vázquez Mota, el coordinador operativo de la misma, Juan Camilo Mouriño, y el presidente del CEN, Manuel Espino.

La estructura temática de las entrevistas logradas la presentamos a continuación. Es importante destacar que las preguntas constituyen una guía temática, un guión que nos sirvió de orientación. En la mayoría de los casos, dadas las particulares de la relación con el entrevistado, su disposición para brindar información y las facilidades de la situación, intentamos establecer un diálogo y no un cuestionario rígido como el que se presenta aquí. Aunque nuestro objetivo fue sacar el máximo provecho de la entrevista, es importante destacar que muchos temas fueron evadidos por los entrevistados.

Ejemplos de la estructura temática de las entrevistas.

Redes por México.

1. Definición y objetivo

- 1.1 ¿Cuándo surgen el proyecto Redes por México?
- 1.2 ¿Cuál es su objetivo?
- 1.3 ¿Cuáles son sus características esenciales ?

2. Organización

- 2.1 ¿Cómo está organizado el proyecto: quiénes son los coordinadores locales, estatales, nacionales?
- 2.2 ¿Cómo están organizados: funcionamiento, logística, financiamiento?
- 2.3 ¿Hay algún manual, reglamento?
- 2.4 ¿Qué sienta las bases de su existencia en el proceso electoral, en la candidatura de FC, en el PAN?

3. Miembros

- 3.1 ¿Quién integra las Redes por México?
- 3.2 ¿Cuáles son los requisitos y el perfil para ser parte?
- 3.3 ¿Cuál es el mecanismo para ser parte?
- 3.4 ¿Cómo es la participación?
- 3.5 ¿Existe un padrón de los que hasta ahora son parte?
- 3.6 ¿Cuál es el incentivo básico para la permanencia?

4. Funcionamiento

- 4.1 ¿Cuál es su función durante el proceso electoral?
- 4.2 ¿Cuál es su forma de operación?
- 4.3 ¿Cuáles el beneficio electoral esperado?

5. Relación con el partido

- 5.1 ¿Está regida por algún reglamento?
- 5.2 ¿Qué relación mantiene con el partido?
- 5.3 ¿Qué relación mantiene con el equipo de campaña del candidato?
- 5.4 ¿Qué beneficios le aporta al partido?
- 5.5 ¿Le garantiza la ampliación de su membresía?

6. Relación con el candidato

- 6.1 ¿Qué relación mantiene con el candidato?
- 6.2 ¿Qué relación mantiene con las otras áreas del equipo de campaña?
- 6.3 ¿Participa en las actividades del candidato?

Secretaría de Vinculación con la Sociedad, SVS, del CEN panista.

1. SVS en el proceso electoral

- 1.1. ¿Cuál es la importancia de la SVS del CEN del PAN en el actual proceso electoral?
- 1.2. ¿Realiza actividades proselitistas?
- 1.3. ¿Qué trabajo, acciones está realizando?
- 1.4. ¿Son parte de una estrategia diseñada especialmente para la coyuntura electoral?
- 1.5. ¿Cuáles son su metas, qué expectativas electorales?
- 1.6. ¿Cuáles son los beneficios para el partido?

2. SVS y el candidato

- 2.1. ¿Qué relación tienen (actividades, estrategias) con las del candidato?
- 2.2. ¿Están coordinadas o son independientes?
- 2.3. ¿Se reúnen con el candidato y su equipo de campaña?
- 2.4. ¿Qué relación mantiene con el Comité estratégico de campaña (*órgano máximo de decisión y de coordinación del proselitismo de los candidatos en el DF*)?
- 2.5. ¿Qué relación mantiene con el Sistema Redes por México?

Otras áreas de la SVS.

1. Forma de operación

- 1.1 ¿Coordinan alguna de las 7 estrategias de la SVS, qué trabajo, acciones está realizando?

- 1.2 ¿Reclutan, promocionan o invitan al PAN?
- 1.3 ¿Cómo seleccionan las organizaciones intermedias? ¿Tienen un padrón de organizaciones, de miembros reclutados?
- 1.4 ¿Cuál es el perfil de las organizaciones? ¿Son religiosas, conservadoras, de derecha?
- 1.5 ¿Cómo se trabaja con las afines y con las que no lo son?
- 1.6 ¿Cómo se trabaja con las estructuras regionales?

2. Proceso electoral

- 2.1 ¿Qué relación tienen con las Redes de FC, con las alianzas con organizaciones identificadas desde la Sedesol?
- 2.2 ¿Qué relación tienen (las actividades, estrategias) con las del candidato? ¿Están coordinadas o son independientes?
- 2.3 ¿Cómo les dan seguimiento? ¿Tienen un plan de trabajo?
- 2.4 Proponen organizaciones con base en los programas, beneficios para el partido, para candidatos.
- 2.5 ¿Cómo se da el acercamiento entre la sociedad civil y los legisladores?
- 2.6 ¿Cómo se coordinan con las oficinas de enlace legislativo?
- 2.7 ¿Qué relación mantiene con el Sistema Redes por México?
- 2.8 ¿Apoya, respalda, impulsa vínculos con organizaciones intermedias?

FUENTES CITADAS

Bibliográficas

Alarcón Olguín, Víctor. “La teoría de los partidos políticos ante los retos del cambio de siglo”, en *Polis 03*, Universidad Autónoma Metropolitana, vol. 1, México, 2003.

----- . “El PAN en 2003: el freno al cambio”, en Larrosa Haro, Manuel y Pablo Javier Becerra Chávez (coord.). *Elecciones y partidos políticos en México, 2003*, UAM-CEDE-Plaza y Valdés, México, 2005.

Arriola, Carlos. *Ensayos sobre el PAN*, Porrúa, México, 1994.

Bartolini, Stefano. “Partidos y sistemas de partidos”, en Pasquino, Gianfranco, (comp.). *Manual de ciencia política*. Alianza Universidad, España, 1993.

Baca Olamendi, Laura. “Pluralismo” en Baca Olamendi, Laura, et. al, (comps.). *Léxico de la política*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.

Bobbio, Norberto. Et. al., *Diccionario de política*. Siglo XXI editores, 14° edición, México, 2005, Vol. 1 y 2.

Becerra, Ricardo, Pedro Salazar y José Woldenberg. *La mecánica del cambio político en México*. Elecciones, partidos y reformas. Cal y Arena, 2ª ed., México, 2000.

Carrillo, Mario Alejandro. “Acostarse oposición y amanecer gobierno. El Partido Acción Nacional”, en *El Cotidiano*, México, UAM, núm. 115, septiembre-octubre de 2002.

Córdova, Lorenzo y Ciro Murayama. *Elecciones, dinero y corrupción. Pemexgate y Amigos de Fox*, Ed. Cal y Arena, México, 2006.

Cotarelo, Ramón. *Los Partidos Políticos*. Sistema, España, 1996.

Crespo, José Antonio. “La crisis mundial de los partidos dominantes”, en *Metapolítica*, Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C, México, núm. 10, vol. 3, abril-junio de 1999.

Cuellar, Mireya. *Los panistas, ¿quienes son?, ¿dónde están?, ¿qué representan?*, La Jornada Ediciones, México 2003.

Diamond, Larry. Gunther, Richard, (eds). *Political parties and democracy*, Johns Hopkins University Press, Baltimore, 2001.

Duverger, Maurice. *Los partidos políticos*, FCE, México, 1996.

Espíndola Castro, José Luis. “La teoría de los cuerpos intermedios y la derecha mexicana”, en *Dimensión Antropológica*, Instituto Nacional de Antropología e Historia, vol. 29, septiembre-diciembre, México, 2003.

Fox Quesada, Vicente. *A los Pinos. Recuento autobiográfico y político*, Océano, México, 1999.

Hernández Vicencio, Tania. *De la oposición al poder. El PAN en Baja California, 1986-2000*, COLEF, Tijuana, 2001.

------. “Avances y retos del Partido Acción Nacional”, en *Espiral*, México, Universidad de Guadalajara, vol. IX, septiembre-diciembre de 2003.

------. “El Partido Acción Nacional frente a las elecciones de 2003”, en *El Cotidiano*, México, UAM, núm. 122, noviembre-diciembre de 2003.

------. “La renovación de la dirigencia panista y el afianzamiento de la ultraderecha”, en *El Cotidiano*, UAM, núm. 131, mayo-junio de 2005.

------. “Conflictos y transformación partidaria. El Partido Acción Nacional”, en *El Cotidiano*, México, UAM, núm. 133, septiembre-octubre de 2005.

Hofmeister, Wilhelm. “Partidos políticos y sociedad. Los desafíos para los partidos populares”, en *Bien común y gobierno*, Fundación Rafael Preciado Hernández, núm. 40, marzo de 1998.

Inglehart, Ronald. *Culture Shift in advanced industrial society*, Princenton University Press, EUA, 1990.

Katz, Richard. “Party organization, party democracy and the emergence of the cartel party”, en Mair, Peter. *Party system change. Approaches and interpretations*, Oxford University Press. Nueva York, 1997.

Kirchheimer, Otto. “El camino hacia el partido de todo el mundo”, en Lenk, Kurt y Franz Neumann (eds.) *Teoría y sociología críticas de los partidos políticos*, Anagrama, España, 1980.

Korrodi, Lino. *Me la jugué. El verdadero amigo de Fox*, Grijalbo, México, 2003.

Le Clercq, Juan Antonio. “Los partidos políticos y las identidades cívicas”, en *Bien común y gobierno*, Fundación Rafael Preciado Hernández, núm. 40, marzo de 1998.

Lipset, Seymour Martin y Stein Rokkan. “Estructuras de decisión, sistemas de partidos y alineamientos electorales”, en Batlle, Albert, (ed.). *Diez textos básicos de ciencia política*, Ariel, 2ª ed., España, 2001.

Loeza, Soledad. "Gobierno y oposición en México. El Partido Acción Nacional", en *Foro Internacional*, El Colegio de México, núm. 1, vol. XXXVII, enero-marzo, 1997.

----- *El Partido Acción Nacional: la larga marcha, 1939-1994: oposición leal y partido de protesta*, FCE, México, 1999.

Maldonado Montes, Josefina. "Los amigos de Fox. Su participación en la precampaña y la relación con el Partido Acción Nacional", Capítulo 2, Avance de investigación, tesis doctorado, UAM, 2006.

Martínez Sospedra, Manuel. *Introducción a los partidos políticos*, Ariel, España, 1996.

Méndez de Hoyos, Irma. "La transición mexicana a la democracia: competitividad electoral en México, 1977-1997", en *Perfiles Latinoamericanos*, México, Flacso, núm. 24, junio de 2004.

Mizrahi Perkulis, Yemile. *Recasting business-government relations in Mexico: the emergence of panista entrepreneurs*, Cuaderno de trabajo, número 29. División de Estudios Políticos, CIDE, México, 1995.

----- *Rebels without a cause? The politics of entrepreneurs in Chihuahua*, Cuaderno de trabajo, número 6. División de Estudios Políticos, CIDE, México, 1993.

----- "The Partido Acción Nacional", en Serrano, Mónica (ed.) *Governing Mexico: political parties and elections*, Institute of Latin American Studies, University of London, Inglaterra, 1998.

Molinar Horcasitas, Juan. *El tiempo de la legitimidad. Elecciones, autoritarismo y democracia en México*, Cal y Arena, México, 1991.

Muñoz Patraca, Víctor M. “Las relaciones entre los partidos políticos y la sociedad: El Partido Acción Nacional en el gobierno”, en Reveles Vázquez, Francisco (coord.), *Los partidos políticos en México ¿crisis, adaptación o transformación?*, UNAM-Gernika, México, 2005.

Nohlen, Dieter. *Sistemas electorales y partidos políticos*, FCE, México, 1994.

Ortiz Pinchetti, Francisco y Francisco Ortiz Pirado. *El fenómeno Fox. La historia que Proceso censuró*, Ed. Planeta, México, 2001.

Panebianco, Angelo. *Modelos de partido. Organización y poder en los partidos políticos*, Alianza, México, 1993.

Pérez-Rayón, Nora y Mario A. Carrillo. “De la derecha radical a la ultraderecha en el pensamiento católico”, en Blancarte, Roberto J. (comp.) *El pensamiento social de los católicos mexicanos*, FCE, México, 1996.

Puhle, Hans-Jürgen. “Still the age of catch-allism?”, en Gunther, Richard. *et. al. Political parties*, Oxford University Press, Nueva York, 2002.

Reveles Vázquez, Francisco. “Las señales de la institucionalización del Partido Acción nacional”, en Reveles Vázquez, Francisco (coord.) *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, UNAM-Gernika, México, 2002.

Reveles Vázquez, Francisco. “La participación electoral del PAN: de las presidencias municipales a la presidencia de la República”, en Reveles Vázquez, Francisco (coord.) *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, UNAM-Gernika, México, 2002.

----- *El PAN en la oposición: historia básica*, Gernika, México, 2003.

Reyes del Campillo, Juan y Tania Hernández Vicencio. “Partidos y sistema de partidos en México. De la hegemonía al pluralismo”, en Attili Cardamone, Antonella (coord.) *Treinta años de cambios políticos en México*, Cámara de Diputados, Porrúa, UAM, México, 2006.

Reynoso, Víctor M. “Presencia del pensamiento católico en los partidos políticos del México contemporáneo”, en Blancarte, Roberto J. (comp.) *El pensamiento social de los católicos mexicanos*, FCE, México, 1996.

----- . “La institucionalidad panista: situación actual y perspectivas”, en Reveles Vázquez, Francisco (coord.) *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, UNAM-Gernika, México, 2002.

----- . *Los dilemas del crecimiento. El Partido Acción Nacional y sus fracciones frente a la vida política mexicana*. Tesis Doctorado, El Colegio de México, 2003.

Rivera Vélez, Freddy. “Partidos y cambio político”, en Baca Olamendi, Laura, et. al, (comps.). *Léxico de la política*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.

Sartori, Giovanni. *Partidos y sistemas de partidos. Marco para un análisis*, Alianza, 2^a edición, Madrid, 1999.

Simon, Janós. *The change of function of political parties at the turn of millennium*, Working Papers, número 221, Institut de Ciències Polítiques i Socials, Barcelona, 2003.

Valdés Zepeda, Andrés. *Democracia y oposición. El partido Acción Nacional y la transición política en México*, Universidad de Guadalajara, México, 1999.

Valdés Zurita, Leonardo. “¿Qué sabemos de los partidos políticos en México a principios del siglo XXI?”, en Reveles Vázquez, Francisco (coord.). *Los partidos políticos en México. ¿Crisis, adaptación o transformación?*, Gernika-UNAM, México, 2005,

Ware, Alan. *Partidos políticos y sistemas de partidos*, Istmo, España, 2004.

Wolinetz, Steven B. “Beyond the catch-all party: approaches to the study of parties and party organization in contemporary democracies”, en Gunther, Richard. *et. al. Political parties*, Oxford University Press, Nueva York, 2002.

Hemerográficas

Acosta, Carlos y Álvaro Delgado. “La asistencia social, para servir al PAN”, en *Proceso*, núm. 1538, 23 abril de 2006.

Balboa, Juan y Claudia Herrera. “Sugieren vigilar la neutralidad de Sedeso”. *Diario La Jornada*, 8/1/2006.

Becerril, Andrea. “La estructura de la Sedeso se muda a la campaña de Calderón”. *Diario La Jornada*, 04/02/2006.

Cervantes, Jesusa. “Dinero público en la campaña de Calderón”, en *Proceso*, núm. 1540, 7 de mayo de 2006.

----- . “El PAN compra el voto rural”, en *Proceso*, núm. 1541, 14 de mayo de 2006.

“Conceptos de La Gran Alianza de los Mexicanos”. Visible en: www.felipe.org.mx

Delgado, Álvaro. “Del berrinche a la conciliación”, en *Proceso*, núm. 1507, septiembre de 2005.

----- . “La campaña”, en *Proceso*, núm. 1527, 5 de febrero de 2006.

----- . “Complicidad electoral”, en *Proceso*, núm. 1535, 2 de abril de 2006.

----- . “Mouriño: más tráfico de influencias” en *Proceso*, núm. 1546, 18 de junio de 2006.

----- . “Cosecha de odio”, en *Proceso*, núm. 1551, 23 julio de 2006.

Documento de la Alianza Ciudadana. Visible en: www.felipe.org.mx

Garduño, Roberto y Enrique Méndez. “Diputados panistas dan uso electoral a la política social”, *Diario La Jornada*, 20 de febrero de 2006.

Gil Olmos, José. “El dedazo de gordillo”, en *Proceso*, núm. 1551, 23 julio de 2006.

Herrera Beltrán, Claudia. “Descarta Vázquez Mota que la inclusión al equipo de Calderón la distancie de Fox”. *Diario La Jornada*, 10/01/2006.

----- . “Coordinan campaña panistas de escasa proyección nacional”. *Diario La Jornada*, 18/01/2006.

----- . “Descarta Vázquez Mota que la inclusión al equipo de Calderón la distancie de Fox”. *Diario La Jornada*. 04/03/2006.

----- y Silvia Chávez. “Al descubierto, uso de plan oficial con objetivo electoral”. *Diario La Jornada*. 04/03/2006.

----- y Enrique Méndez. “Equipo de Calderón *presume* contactos con ex funcionarios zedillistas”, Diario *La Jornada*, 18/4/2006.

Jiménez, Sergio y Jorge Teherán. “Calderón, sin cuadros: antesala de priistas”, Diario *El Universal*, 02/11/2006.

León Zaragoza, Gabriel. “A la luz, meta foxista de liquidar a grupos campesinos”. *Diario La Jornada*, 26/04/2006.

Lizárraga, Daniel. “El panismo le da la espalda”, en *Proceso*, núm. 1507, septiembre de 2005.

Montes, Rodolfo. “Vamos México le da un empujón a Felipe”, en *La Revista*, núm. 109, 27 de marzo de 2006.

Muñoz, Alma E. “Calderón ofrece a iglesias plena libertad religiosa”, Diario *La Jornada*, 3/2/2006.

Reyes Viguera, Armando. “La primera experiencia de la Comisión de Elecciones ¡Convocatoria lista!”, en *La Nación*, núm. 2246, Partido Acción Nacional.

----- . “Las etapas de la elección”, en *La Nación*, núm. 2250, Partido Acción Nacional.

----- . “Precampañas, un análisis del camino hacia el 2006”, en *La Nación*, núm. 2252, Partido Acción Nacional.

----- . “Un candidato orgullosamente panista”, en *La Nación*, núm. 2252, Partido Acción Nacional.

------. “Alianza Ciudadana, más allá de partidos”. Visible en:
www.pan.org.mx

Rocha, Carolina. “El sexto candidato”, en *La Revista*, núm. 119, 5 de junio de 2006.

Saldierna, Georgina, Claudia Herrera y Rosa Elvira Vargas. “Polémica por versión de que priístas apoyarán a Calderón”, Diario *La Jornada*, 4/3/2006.

Vergara, Rosalía. “Corporativismo azul”, en *Proceso*, núm. 1551, 23 julio de 2006

Villamil Jenaro. “Rechazo al clientelismo”, en *Proceso*, núm. 1527, 5 de febrero de 2006.

Zavala Rojas, Diana. “Oportunidades: agua para el molino panista”, en *La Revista*, núm. 119, 5 junio de 2006.

Entrevistas

Entrevista con Alberto Coronado, Coordinador del Sistema E-Felipe de las Redes por México, 15 de febrero de 2006.

Entrevista con Rafael Chi, Director de Vinculación Social del Comité Directivo Regional del Distrito Federal, 22 de febrero de 2006.

Entrevista con Luis Miguel Morán, Secretario Técnico de la Secretaría de Vinculación con la Sociedad del CEN del PAN, 24 de febrero de 2006.

Entrevista con Xochitl Pimienta, Directora de Relaciones Nacionales e Internacionales de la Secretaría de Vinculación con la Sociedad del CEN del PAN, 2 marzo de 2006.

Entrevista a Verónica Pérez Herrera, Directora en Funciones de la Secretaría de Promoción Política de la Mujer del CEN del PAN, 1 junio de 2006.

Entrevista a Jesús Valdés de los Santos, Director de la Secretaría de Fortalecimiento e Identidad del CEN del PAN, 1 junio de 2006.

Páginas Web

www.eluniversal.com.mx

www.jornada.unam.mx

www.milenio.com

www.reforma.com

www.pan.org.mx

www.felipe-calderon.org

www.felipe.org.mx/fc/redes/default.aspx

www.fundar.org.mx

www.confé.org.mx

www.casadelaamistad.org.mx

www.procura.org.mx

www.mx.christelhouse.org

www.mujeresypunto.org.mx