

Del bipartidismo al pluralismo democrático: candidatura independiente y resultados electorales para gobernador de Nuevo León, México, en 2015

Hernández Alcántara, Carlos

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hernández Alcántara, C. (2017). Del bipartidismo al pluralismo democrático: candidatura independiente y resultados electorales para gobernador de Nuevo León, México, en 2015. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(231), 361-387. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(17\)30049-1](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(17)30049-1)

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Del bipartidismo al pluralismo democrático. Candidatura independiente y resultados electorales para gobernador de Nuevo León, México, en 2015

From Bipartisanship to Democratic Pluralism. The 2015 Independent Candidacy and Governor Elections Results in Nuevo León, Mexico

Carlos Hernández Alcántara*

Recibido: 30 de enero de 2017

Aceptado: 15 de junio de 2017

RESUMEN

En este artículo se analiza el proceso de construcción de la candidatura independiente de Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, “El Bronco”, a la gubernatura de Nuevo León, México, en las elecciones de 2015. La presencia de un candidato independiente en dicho proceso desencadenó un fenómeno inédito de democracia participativa y pluralismo democrático resultado, en gran medida, de una campaña política innovadora que dio impulso a la liberalización política y ciudadana, que al final impactó sustantivamente en la orientación del voto estratégico. El desarrollo de esta campaña política es examinado aquí a la luz de las estrategias utilizadas, tales como la autocomunicación de masas, los debates políticos televisados y las encuestas del periódico *El Norte*.

Palabras clave: pluralismo democrático; candidatura independiente; política mediática; campaña electoral; voto estratégico; México.

ABSTRACT

This article explores the process of construction of the independent candidacy of Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón –known by his nickname “*El Bronco*”– in the 2015 governorship elections in Nuevo León, Mexico. The presence of an independent candidate in that process unleashed an unprecedented phenomenon of participatory democracy and democratic pluralism. This was in part the result of an innovative political campaign that propelled political and citizen liberalization which had in the end a substantial impact on the orientation of strategic voting. The development of this political campaign is examined here in light of the strategies used, such as mass self-communication, televised political debates, and *El Norte*’s surveys.

Keywords: democratic pluralism; independent candidate; media policy; electoral campaign; strategic vote; Mexico.

* Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH), UNAM. Correo electrónico: <carlos.ha@posgrado.unam.mx>.

A manera de introducción

En el año 2015, en Nuevo León, México, se llevó a cabo un amplio proceso electoral para elegir a un gobernador, 26 diputados de mayoría relativa, 16 diputados de representación proporcional, 51 presidentes municipales y 12 diputados federales. La lista nominal de electores ocupó el séptimo lugar a nivel nacional. En ella, 17% fue de jóvenes de entre 18 y 24 años de edad y 84 % de habitantes de nueve municipios de la entidad: Monterrey, Guadalupe, Apodaca, San Nicolás, General Escobedo, Santa Catarina, Juárez, García y San Pedro Garza García. Tanto el proceso como el resultado de estas elecciones se constituyen ahora como referentes del pluralismo democrático, al conocer los casos de recomposición de alianzas, el comportamiento de los electores y el uso de la comunicación como recurso de la personalización de la política, que en conjunto produjeron el desplazamiento de la tradición bipartidista en las elecciones a gobernador.

El objetivo de este artículo es analizar las condiciones políticas para la construcción y participación de las candidaturas independientes al cargo de gobernador, en el marco tanto de la institucionalización del derecho político de los ciudadanos a participar en el proceso electoral sin la postulación obligada de un partido político en las elecciones locales, como del embate al tradicional régimen político bipartidista imperante en Nuevo León, y de frente a la idea equivocada de que la eficacia de las candidaturas independientes es el desmantelamiento del régimen partidocrático (Castañeda, 2016: 28-34).

En el centro del marco conceptual con el que abordamos el presente trabajo se encuentra el pluralismo democrático, entendido como la distribución y construcción de espacios de poder de la sociedad en los procesos de selección de los líderes políticos (Dahl, 1991; Hernández, 2009). El pluralismo democrático es la forma política que da contenido a la distribución del poder, sus equilibrios, legitimidad, eficacia en la coordinación y certeza a la adopción de decisiones. De ahí que la participación ciudadana, como eje del citado pluralismo, sea la que activa los equilibrios de poder, las relaciones y demandas presentadas en la sociedad, los partidos políticos y el gobierno.

De este modo, el pluralismo democrático se constituye en el espacio de lucha de los grupos por acceder a los puestos de elección, con la postulación de candidatos, a través de votos, acciones, aceptación, cooperación e información proporcionada por los medios de comunicación, como la prensa, la radio, la televisión y las redes sociales digitales en las campañas electorales.

Otro fundamento del pluralismo es que la competencia electoral no esté dominada por los partidos políticos, sino que se distribuya entre múltiples centros de poder, que son activados por grupos de diferentes tipos y tamaño, que sostienen el proceso de competencia por el poder político. Ello hace posible el desarrollo de un sistema de derechos políticos institucionalmente garantizados y protegidos, que al mismo tiempo genera

normas no formalizadas que determinan el tipo de conducta política necesaria para el funcionamiento de la democracia electoral. De esta forma, la serie de derechos protegidos da origen a un proceso de selectividad en forma competitiva que mantiene el sistema de equilibrio mutuo entre dirigentes y demandas ciudadanas a través de los liderazgos locales y regionales.

Desde esta perspectiva, la competencia entre los grupos de interés organizados en concordancia con las reglas del juego electoral, la interacción de estrategias de comunicación, la publicidad, el debate político, las alianzas, los compromisos y los liderazgos locales permiten comprender cómo están ubicados los equilibrios de poder en la sociedad y en la representación política de los partidos políticos al momento de iniciar el proceso electoral.

En resumen, sin pluralismo democrático como método de equilibrio de poderes no es posible postular candidatos con liderazgo y fortalecer la autonomía ciudadana mediante su intervención a través de la organización política territorial y el impulso a la competencia efectiva por el poder político local.

Así, una de las preguntas centrales que buscamos responder es: ¿cómo se constituyó el pluralismo democrático en un recurso político efectivo para el candidato independiente a gobernador, al consolidar la construcción de compromisos y mensajes de campaña con criterios de participación y de igualdad política en la competencia por el poder?

La respuesta de esta interrogante parece encontrarse en las siguientes premisas:

- La candidatura independiente como incentivo para la participación y el compromiso político en la construcción de coaliciones electorales competitivas.
- La política mediática como estrategia de autocomunicación de identidad ciudadana en las campañas electorales.
- Los debates y encuestas como formadores de opinión para la movilización del voto estratégico.
- Reconocimiento del pluripartidismo en la conformación del gobierno local, como resultado de la diversificación de las preferencias ciudadanas y las alianzas electorales.

Ahora bien, hay que considerar que estas premisas se amoldan de manera efectiva en la candidatura independiente de “El Bronco”, probablemente debido a que en el momento de su postulación ya contaba con 32 años de trayectoria partidista y de representación política, lo que le permitió consolidar su capital político con los compromisos acordados con los liderazgos municipales y regionales y la sinergia de una comunicación directa con los votantes por medio de las redes sociales virtuales. Si al iniciar la campaña ya era ampliamente conocido, al finalizar la misma era manifiestamente popular.

La selección centralista de candidatos de partidos políticos frente a la postulación de una candidatura independiente

En Nuevo León, como sucede en muchos estados del país, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN) representaban para los electores las dos opciones fuertes para elegir gobierno en 2015, en virtud de sus vastos presupuestos y sus estructuras partidistas consolidadas, gracias a los cuales pudieron practicar políticas de cooperación de manera recurrente durante muchos años. Ello conformó en la realidad y de forma efectiva un sistema bipartidista, que en las elecciones de 2015 fue examinado y reprobado por una ciudadanía cansada de su falta de gestión y de resultados.

La ausencia de una democracia efectiva al interior de estos partidos políticos se hizo evidente al momento de decidir las postulaciones oficiales para contender por la gubernatura. Así, el Partido Revolucionario Institucional –que compitió para el cargo de gobernador y 13 presidencias municipales en coalición con el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y el Partido Nueva Alianza– aplicó la lógica política del poder centralista: en colaboración con el gobernador en turno y contra la opinión de la militancia local, seleccionó a Ivonne Álvarez (ex conductora de la televisora *Telesistema* y senadora con licencia) como candidata a la gubernatura, imposición que generó la escisión de la élite local priista, de la cual, por cierto, surgió el candidato independiente que a la postre los derrotaría.

En otro frente se encontraba el PAN cuyo método de selección del candidato a la gubernatura se aplicó en concordancia con la lógica de la política del poder local, enclavado en el control de la dirigencia estatal, en colaboración con la dirigencia nacional; de allí la postulación del exalcalde de Monterrey y exdiputado federal, Felipe de Jesús Cantú Rodríguez. En este caso, la imposición también propició la salida de reconocidos dirigentes locales, algunos de los cuales pasaron a las filas de otros partidos políticos, provocándose un distanciamiento con el sector empresarial de larga tradición panista.

Cabe decir que, aunque hemos afirmado que el sistema neolonés puede calificarse como bipartidista, ello no se debe a que no existan más partidos políticos, sino a que en la práctica, además del PRI y del PAN ningún otro partido posee los recursos y los cuadros políticos que se requieren para una competencia electoral efectiva e independiente, tal como lo demuestra la proporción de votos emitidos en los resultados electorales y de los que nos ocuparemos más adelante. Dicho lo cual, mencionamos otras postulaciones: el Partido de la Revolución Democrática (PRD) propuso para la gubernatura a Humberto González Sesma (candidato a la alcaldía de Monterrey en 2009); el Partido Movimiento Ciudadano (PMC) postuló a Fernando Elizondo Barragán (quien se había desempeñado como gobernador sustituto de Nuevo León en 2003 y como Secretario de Energía en el gobierno federal de Vicente Fox); el Partido Cruzada Ciudadana (PCC) postuló como candidato a Luis Servando Farías González; el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) a Rogelio González Ramírez; el

Partido del Trabajo (PT) a Asael Sepúlveda Martínez; el Partido Humanista (PH) a Jesús María Elizondo González y el Partido Encuentro Social (PES) a Raúl Guajardo Cantú.

En 2014, las divisiones internas en los partidos políticos dominantes, producidas por la imposición de candidaturas, provocaron protestas y en muchos casos deserción de militantes. Este hecho, sumado a la entonces reciente reforma política constitucional y la ley electoral local vigente en el estado de Nuevo León, que establece la posibilidad de presentar candidaturas independientes a los cargos de elección popular, propiciaron condiciones de liberalización política y de participación incluyente.

En ese mismo año, separado ya de las filas de su partido político reaparece en escena Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, “El Bronco”, como candidato independiente a la gubernatura de Nuevo León para los comicios de 2015. Con una militancia de 30 años en el PRI, había sido alcalde del municipio de García, diputado local y federal, siempre por ese partido. Demostró que su larga trayectoria política lo dotaba tanto del conocimiento y experiencia acerca de las necesidades y problemas del estado que pretendía gobernar, como de las conexiones políticas y empresariales suficientes para emprender una operación político-electoral con los enclaves de poder social y económico. Con estas condiciones, implementó una serie de estrategias para impulsar su candidatura independiente.

El primer paso de su campaña consistió en acatar los requisitos para registrarse como candidato independiente ante las autoridades correspondientes. Para ello debió crear *ex profeso* una asociación civil para la administración de los gastos de campaña y la recaudación de los ingresos obtenidos del financiamiento privado. También debió presentar un programa de trabajo y acreditar el respaldo ciudadano.

Este último requisito consistió en la presentación ante las Comisiones Municipales Electorales de la firma de una cantidad de ciudadanos, que representaran el equivalente a 3% del total de la lista nominal del estado, habitantes de por lo menos 26 municipios; el 1% de ciudadanos debía figurar en la lista nominal de cada uno de ellos. Todas las firmas debían tener fecha de corte al 30 de septiembre de 2014. La relación de apoyos ciudadanos para la elección de gobernador, de conformidad con el artículo 204 párrafo 1° de la Ley Electoral para el Estado de Nuevo León, se detalla en el siguiente cuadro:

Relación de apoyos ciudadanos para la elección de gobernador

Lista nominal	Apoyos	Municipios
3 443 131	103 294	26

Fuente: CEE NL (2016).

Es importante este punto porque conforme se cumplía este requisito se perfilaban las preferencias de los votantes en el resto de la entidad y se podía observar cómo la figura de

candidatura independiente se reproducía en municipios y alcaldías hasta entonces dominadas por el bipartidismo. En efecto, de acuerdo con la Ley Electoral para el Estado de Nuevo León, los lineamientos que regularon las candidaturas independientes para el proceso electoral 2014-2015 y la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León (CEE NL, 2014: 6), el cómputo del apoyo ciudadano se efectuó contabilizando el total de respaldos válidos recabados. La misma normatividad, en su declaratoria de la autoridad, establecía que la Comisión Estatal Electoral realizaría, a más tardar el 26 de febrero de 2015, la declaratoria de los aspirantes con derecho a registro como candidatos independientes, por haber cumplido con los respaldos ciudadanos requeridos en los términos de ley.

En las elecciones de diputados locales se registraron 11 aspirantes como candidatos independientes en los distritos electorales 8, 9, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20 y 21, respectivamente.

A nivel municipal se llevó a cabo el registro de las candidaturas independientes, que debían contener la firma de una cantidad mínima de ciudadanos: 20% de la lista nominal, cuando ésta no exceda de 4 000 mil electores; 15% de la lista nominal del municipio, cuando comprenda más de 4 001 electores, pero no exceda de 10 000; 10% de la lista nominal cuando comprenda más de 10 001 electores, pero no exceda de 30 000; 7% de la lista nominal del municipio cuando comprenda más de 30 001 electores, pero no exceda de 100 000; 5% de la lista nominal del municipio, cuando comprenda más de 100 001 electores, pero no exceda de 300 000 y, 3% de la lista nominal del municipio cuando comprenda más de 300 001 electores.

Para lo anterior se utilizó la lista nominal respectiva, con corte al 30 de septiembre de 2014, y el respaldo señalado debió estar conformado por ciudadanos de cuando menos la mitad de las secciones electorales correspondientes, representando un mínimo de 2% de ciudadanos de la lista nominal de cada una de ellas.

Cabe señalar que esta relación de apoyos ciudadanos, también en el caso de elección para presidente municipal, y de conformidad con el artículo 204 párrafo 3° de la Ley Electoral para el Estado de Nuevo León, resultó una experiencia de éxito electoral para la modalidad de candidato independiente, como se constató en los municipios de Apodaca, El Carmen, García, General Escobedo, Guadalupe, Hualahuises, Monte Morelos, San Pedro Garza García, Santa Catarina, Santiago. El siguiente cuadro presenta el caso del municipio de García:

Relación de apoyos ciudadanos para la elección de presidentes municipales

Lista nominal con corte al 30 de septiembre, 2014	Porcentaje requerido por número de electores	Número de apoyos requeridos	Secciones por municipio	Secciones requeridas por municipio*
102 831	5%	5 142	114	57

Fuente: CEE NL (2016).

Estrategias del candidato independiente para una campaña electoral

Autocomunicación de masas

A pesar de las limitaciones del financiamiento y las pocas posibilidades de asignación de tiempos en la televisión y en la radio, el candidato independiente diseñó una campaña electoral con base en una imagen disidente de comunicación directa con el electorado. De ahí que en el esquema de su estrategia resulta preponderante la utilización de nuevos recursos para conectarse con el ciudadano, entre ellos el uso de Facebook. Esto inauguró un nuevo modelo de comunicación en la que los electores podían intercambiar información y comparar las propuestas y los perfiles de los candidatos –particularmente de “El Bronco”–, superando la tradicional comunicación partidista del spot político televisivo y la imagen de movilización en las plazas públicas de las principales cabeceras municipales.

Desde 2012, la penetración de la telefonía móvil a escala nacional alcanzó niveles de 85%, según Media Telecom MR Información Estratégica, y según un estudio del Global Web Index (GWI), con cifras de 2014, México es el país que tiene más usuarios de redes sociales a través de dispositivos móviles a escala mundial: siete de cada 10 (Vivas, 2016: 16).

Así, en un entorno digital, los candidatos con partido al gobierno de Nuevo León se caracterizaron por hacer campaña electoral con las técnicas tradicionales de la mercadotecnia, consistente en la reproducción en radio y televisión de un cliché para sintetizar su idea de gobierno y su popularidad; así como la organización de eventos masivos con la asistencia de las bases partidistas, discursos poco creativos y repetitivos y la entrega de regalos. En contraste, el candidato independiente abrió su campaña al activismo ciudadano en las redes sociales digitales, a partir del intercambio directo de mensajes con personas comunes, y aplicó una visión diferente para lograr la personalización del spot político, que incorporó de manera inmediata a las redes sociales digitales y materiales como factores clave de la comunicación ciudadana, al brindar a los electores mayores elementos de información sobre su propuesta de gobierno.

Con esta nueva forma de hacer campaña política, el papel preponderante que tenía la televisión para transmitir información de los candidatos al votante neoleonés fue desafiado por el candidato independiente, Jaime Rodríguez, “El Bronco”, quien construyó un modelo de comunicación política mediante la red social de Facebook, con más de 700 mil seguidores, de los cuales tuvo una comunicación directa con 85% de ellos durante los 90 días de campaña, del 6 de marzo al 3 de junio de 2015. Este suceso le generó el reconocimiento internacional de Facebook, que le otorgó el premio internacional del político con más seguidores en una red social en América Latina (Campos, 2015: 45).

Sobre el tema, cabe citar el estudio realizado por José Fabián Ruiz (2015: 205-206) sobre la oferta de los medios de comunicación para las campañas electorales para Presidente,

en 2012. El autor encontró que ésta se concentró en el spot y los noticieros de la televisión privada, buscando moldear el voto partidario:

[...] 61% de quienes votan por un partido y 62% de quienes lo hacen por las propuestas de gobierno están satisfechos con la información recibida. Sin embargo, quienes votan por propuestas son los más influidos por los medios ya que 38% admite que “los medios influyeron mucho o algo en su preferencia” y, particularmente, 51% atiende a los debates y 50% a los noticieros. Con respecto a los medios alternativos, sólo 10% de quienes atienden a las propuestas y al perfil de los candidatos señala que Internet influye mucho o algo en sus preferencias. Finalmente, 43% de quienes votan por candidatos señalan la alta influencia de los spots sobre sus preferencias (Ruíz, 2015: 205-206).

En contraste, durante la campaña electoral que aquí analizamos, de 2014 a 2015, se pudo apreciar la construcción de una política mediática de autocomunicación, es decir, de ciudadanos a candidato y de candidato a ciudadanos. En Nuevo León, el modelo de autocomunicación política de masas movilizó el voto estratégico de los jóvenes, la clase media y los empresarios a favor del candidato independiente a gobernador y cimbró al sistema político bipartidista. En el Congreso local y las presidencias municipales de la entidad fue evidente el poder territorial multipartidista. Esta transformación política de comunicación en las campañas electorales desplazó a la televisión como el principal medio de orientación de las preferencias electorales, posicionando a las redes sociales como la mejor estrategia de información para la publicidad política y como un recurso interactivo eficaz en la planeación, producción y distribución de un mensaje propagadístico.

En el plano local, la imbricación entre la superposición del poder económico, basado en la propiedad de las redes televisivas, y de su influencia sobre el poder político se enfrenta a un régimen democrático que pone a prueba su existencia y efectividad. Por ello, es notable el desafío a la televisión promotora de la política mediática trivial, basada en el escándalo, que polariza y funciona de manera efectiva en la mayor parte de los sistemas políticos bipartidistas y con bajas tasas de participación ciudadana.

De acuerdo con Manuel Castells, la política es mediática porque se desarrolla en dos dimensiones:

- 1) La comunicación de masas es aquella que tiene el potencial de llegar al conjunto de la sociedad y que se caracteriza por un mensaje que va de uno a muchos con interactividad inexistente o limitada;
- 2) La autocomunicación de masas es aquella que va de muchos a muchos con interactividad, tiempos con espacios variables y controlados. Es auto porque al seleccionar los mensajes, emitir nuestros mensajes y recibir los mensajes el emisor es al mismo tiempo receptor. Es auto porque nos podemos referir constantemente a un hipertexto de comunicación, de mensajes que

están disponibles y de los cuales seleccionamos y obtenemos aquellos elementos que nos permiten construir nuestro propio texto (Castells, 2012b: 47).

Así, la candidatura independiente de “El Bronco” le imprimió a la comunicación virtual un papel protagónico como espacio de interacción y de intercambio de información personal, desplazando en su papel hegemónico a los medios tradicionales –televisión y medios impresos– como interlocutores de las demandas de información por parte de la ciudadanía a los partidos políticos en una campaña electoral:

Un sitio web informativo local debería saber dónde vives y qué te interesa. Debería tener más oportunidades de aprender más cosas sobre ti, que una compañía global gigantesca como Google, ya que puede informarte sobre tu ciudad (y así saber dónde vives y tal vez qué asuntos te importan [...]); puede ponerte en contacto con miembros de una comunidad (Jarvis, 2015: 23).

El uso de la información que proporcionan las redes sociales digitales permite diseñar campañas electorales basadas en los mensajes de los candidatos que representen las prioridades de los ciudadanos en su lugar de residencia. De ahí la efectividad de estos medios informativos, que utilizó el candidato independiente para superar las restricciones de financiamiento público que le impedían tener acceso a los tiempos de radio y televisión.

Ello quedó de manifiesto con los resultados del monitoreo realizado por la Coparmex, donde se constató que la mayor cobertura televisiva la tuvo la candidata del PRI-PVEM-PNAL, Ivonne Álvarez, con 30%; seguida del candidato del PAN, Felipe de Jesús Cantú, con 23%, y el candidato independiente, con 19%. En la radio, Ivonne Álvarez y Felipe de Jesús Cantú tuvieron una cobertura de 22%, respectivamente, mientras que Jaime Rodríguez tuvo 21%. En los medios impresos, el periódico *El Norte* le dio preferencia a la cobertura de la candidata Ivonne Álvarez, con 29%; a Jaime Rodríguez, con 29% y a Felipe de Jesús Cantú, con 26% (Campos, 2015: 138-139).

Los resultados de la construcción individualizada de la comunicación en redes –Facebook y Twitter, principalmente– impactaron en los medios de comunicación masiva, especialmente de los espacios noticiosos de televisión, la prensa escrita y los medios alternativos para la formación de la opinión de los votantes neoloneses.

Debates políticos televisados

En otra dimensión de la campaña política para gobernador, los candidatos al gobierno de Nuevo León asistieron a cinco debates televisados. Aunque la presentación inicial fue por este medio, la información política y los mensajes de la comunicación se exhibieron y co-

mentaron en las redes sociales, como estrategia para modelar el alineamiento de los posibles votantes. De este modo, como en el pasado, la comunicación política siguió apoyándose únicamente en la calidad literaria del discurso político y en el brillo retórico de unos oradores (Maarek, 2009: 18). Los cinco debates estuvieron centrados en los mensajes de los candidatos y sus conexiones con los actores del proceso electoral, y también sobre aspectos personales que se condujeron al terreno del escándalo para lograr desacreditar al contendiente. Se programaron mediante formatos concretos de las distintas plataformas de comunicación y en el marco de la política informacional, entendida como la producción del mensaje como una negociación entre las características y los valores del político y las características y valores de la audiencia objetivo (Castells, 2012a: 276).

Sin lugar a dudas, los debates entre los principales candidatos a la gubernatura se constituyeron en un nuevo eje de comunicación política de las campañas electorales. Resulta notable, además, que su organización y promoción se diera por parte de la sociedad civil. Los votantes convertidos en espectadores siguieron con atención lo que se dijo en cada uno de estos encuentros por televisión e Internet, para luego informarse de qué era considerado lo más sobresaliente en los periódicos locales, en particular, *El Norte*.

El periódico *El Norte* publicó varias encuestas que le permitieron pulsar la efectividad de las estrategias de las campañas. Al inicio del proceso electoral levantó dos encuestas: una ciudadana y una para líderes.

Para la ciudadana se formuló sólo una pregunta: “¿Por quién votaría para gobernador de Nuevo León?”, aplicada en vivienda del 19 de febrero al 5 de marzo a 3 180 ciudadanos con credencial de elector vigente.

Ivonne Álvarez	34%
Felipe de Jesús Cantú	26%
Jaime Rodríguez	15%
Fernando Elizondo	2%
Indecisos	19%

Nota: margen de error: +/- 3.3%.

Fuente: *El Norte*, 7 de marzo de 2015, p. 1.

La encuesta de líderes se realizó vía correo electrónico, del 27 de febrero al 5 de marzo, a 665 líderes de la comunidad académica, de la iniciativa privada y de la sociedad civil con la misma pregunta: “¿Por quién votaría para gobernador de Nuevo León?”

Fernando Elizondo	35%
Felipe de Jesús Cantú	33%
Jaime Rodríguez	17%
Ivonne Álvarez	10%
Indecisos	3%

Fuente: *El Norte*, 7 de marzo de 2015, p. 1.

Primer debate: *La información política como diálogo*

El 10 de abril, la organización plataforma ciudadana ¿Cómo Vamos? y los estudiantes del Tecnológico de Monterrey convocaron a “El Bronco”, Elizondo, Cantú Rodríguez e Ivonne Álvarez. Se abstuvo Álvarez de acudir al auditorio Luis Elizondo del Tecnológico de Monterrey. Fue este primer encuentro como un round de sombra entre quienes llegarían como contendientes con posibilidades el día de la elección. La nota fue la ausencia de la priista. Ella fue objeto de los ataques del panista, que le recordó que había “chapulineado” en Guadalupe y el Senado y que, por igual, abandonó el debate (Campos, 2015: 131-132).

El debate inicial es primordial para que el electorado sea reconocido como parte de la agenda del diálogo entre los competidores por el voto.

Segundo debate: *La política como cooperación*

El 19 de abril, el Consejo Coordinador Empresarial, CCE, organizó el segundo debate. Ahí sí acudieron todos. El intercambio más intenso ocurrió entre tres aspirantes: Jaime, Ivonne y Felipe de Jesús Cantú. Los misiles se enfilaron hacia la priista, quien, a la mitad de la campaña, avanzaba como puntera en el primer pelotón de candidatos. Álvarez presumió que en su mandato como alcaldesa enfrentó el embate del crimen organizado y limpió la corporación de policías corruptos. “El Bronco” la acusó de “chapulina”. Le reclamó que dejara el municipio de Guadalupe, de donde eran alcaldesa, pese a que públicamente se había comprometido a terminar los tres años de mandato [...] Ivonne, por su parte, le reclamó a Rodríguez su pasado tricolor. “cuando yo tenía 3 años, tú ya eras priista”. La respuesta fue punto bueno para ella. En medio de ese evento, el candidato del Partido Encuentro Social, Raúl Guajardo, desconocido en la localidad, declinó a favor de “El Bronco” (Campos, 2015: 132-133).

El segundo debate fue clave para establecer los compromisos de campaña y su relación con la política económica de la entidad y la definición de las alianzas entre los candidatos.

Tercer debate: *La política como compromiso*

El 29 de abril, el periódico *El Norte* convocó a los cuatro punteros a otro debate con un formato acorde a los principios de la política: prudencia, conocimiento de los problemas y propuestas de solución. Asistieron 347 consejeros editoriales, quienes evaluaron su desempeño en el debate:

Jaime Rodríguez	7
Ivonne Álvarez	4
Felipe de Jesús Cantú	8
Fernando Elizondo	9

Fuente: *El Norte*, 30 de abril de 2015.

Quién conoce mejor los problemas de Nuevo León:

Jaime Rodríguez	13%
Ivonne Álvarez	6%
Felipe de Jesús Cantú	11%
Fernando Elizondo	63%

Fuente: *El Norte*, 30 de abril de 2015.

Quién ofrece soluciones realistas y realizables:

Jaime Rodríguez	9%
Ivonne Álvarez	7%
Felipe de Jesús Cantú	18%
Fernando Elizondo	58%

Fuente: *El Norte*, 30 de abril de 2015.

Evaluación sobre los perfiles de los candidatos a gobernador

Candidatos	Desempeño en el debate	Quién conoce mejor los problemas de Nuevo León	Quién ofrece soluciones realistas y realizables
Jaime Rodríguez	7	13%	9
Ivonne Álvarez	4	6%	7
Felipe de Jesús Cantú	8	11%	18
Fernando Elizondo	9	63%	58

Fuente: *El Norte*, 30 de abril de 2015.

Cabe destacar que 38 mil usuarios digitales siguieron el debate por *elnorte.com* y el hashtag “#DebateElNorte” fue tendencia (*trending topic*) nacional (*El Norte*, 30 de abril de 2015, primera plana).

En la sesión de preguntas directas Ivonne tomó la palabra para dirigirse a “El Bronco”: “Yo quisiera que me contestaras con un sí o con un no: Jaime, ¿en algún momento has golpeado a una mujer?” Rodríguez vaciló un instante, pero respondió, con una amarga sonrisa: “No, hay parte de la vida de una persona que se deja llevar por los chismes y los rumores. Creo que está enojada Ivonne.” El independiente supo ocultar su molestia y se repuso, pero la candidata lo había lastimado. Esa misma noche, Rodríguez denunció que la acusación era una trampa ensayada por Multimedia, en complicidad con Álvarez. La evidencia era que Silvia González, la segunda esposa de Jaime, fue vista esa misma noche en la empresa de comunicaciones. Al día siguiente *Milenio Monterrey*, el diario de Multimedia, publicó en portada una entrevista con la ex cónyuge, quien denunciaba en entrevista que Jaime sí la había golpeado y que ese incidente provocó su separación (Campos, 2015: 133).

Es un riesgo utilizar en los debates la estrategia del escándalo, pues si los dichos no se encuentran sustentados en la verdad, se convierten en un recurso desacertado y operan en detrimento del candidato que los aplica para denostar al oponente más cercano en las preferencias de los encuestados.

Cuarto debate: *La política educativa*

La Universidad de Monterrey organizó el cuarto debate. Al finalizar la priista reconoció que estuvo en Multimedia tras el debate de periódico *El Norte*, pero que acudió para ser entrevistada: “Yo siempre me he conducido con la verdad, ayer saliendo del debate tuve yo una entrevista en

ese medio de comunicación, una entrevista nada más.” Jaime la acusó directamente: “es una guerra irracional, perversa. Yo demostraré que Ivonne Álvarez estuvo ahí”. Luego de las acusaciones contra Jaime, apareció, espontáneamente, una serie de panorámicos en Monterrey apadrinados por la denominada Asociación Viccali, en los que se veía a una mujer de rostro golpeado y una leyenda categórica: “Maltratar a una mujer no es de hombres”, junto al *hashtag* “#Yo también SoySilvia” (Campos, 2015: 134-135).

Los espacios universitarios tienen el privilegio de establecer la agenda educativa de los candidatos. De ahí que el debate y el diálogo con los jóvenes son fundamentales para atraer el voto ilustrado. Ya a lo largo de las campañas electorales y también durante los debates, los candidatos reconocieron la importancia del voto de los jóvenes, quienes apreciaron que aquéllos incorporaran en su oferta electoral los problemas reales de empleo y educación, tal como lo expresaron en las redes sociales y los espacios públicos urbanos.

Con los cuatro debates realizados, el periódico *Reforma* publicó dos encuestas. En una de ellas, realizada en vivienda del 24 de abril al 5 de mayo a 3 100 ciudadanos con credencial de elector vigente, se les preguntó: “Si hoy se eligiera gobernador de Nuevo León, ¿por cuál candidato votaría?”

Encuesta ciudadana sobre preferencia de voto

Jaime Rodríguez	29%
Ivonne Álvarez	27%
Felipe de Jesús Cantú	22%
Fernando Elizondo	3%
Indecisos	16%

Nota: margen de error: +/- 1.8%.

Fuente: *Reforma*, 7 de mayo del 2015, pp. 1 y 5.

La segunda encuesta fue realizada vía correo electrónico, del 30 de abril al 6 de mayo, a 707 líderes de la comunidad académica, de la iniciativa privada y de la sociedad civil, con la misma pregunta.

Encuesta a líderes sobre preferencia de voto

Jaime Rodríguez	19%
Ivonne Álvarez	8%
Felipe de Jesús Cantú	30%
Fernando Elizondo	39%
Indecisos	3%

Nota: margen de error: +/- 1.8%.

Fuente: *Reforma*, 7 de mayo del 2015, pp. 1 y 5

Como es posible observar, la información política de los debates había logrado posicionar al candidato independiente en las preferencias ciudadanas y, en menor medida, en la opinión de los líderes locales, superando a los candidatos de las dos principales fuerzas políticas en Nuevo León.

Quinto debate: *La política como alianza*

El 20 de mayo, la Universidad Regiomontana, organizó el quinto debate. Ante centenares de estudiantes, Jaime fue aplaudido cada vez que recibía la palabra. Ivonne, en cambio, fue abucheada. El apunte lo dio el aspirante Jesús María Elizondo, “Chema”, quien, ya cerca del final, en las conclusiones, colocado en el atril contiguo a Jaime, le espetó con una vehemencia que generó risas: “Eres un priista renegado, 33 años estuviste en el PRI, más de la mitad de tu vida hace 8 meses renunciaste, y crees que en 8 meses estás purificado.” [...] A fin de cuentas, el expriista Bronco recibía el reclamo del ex panista Chema, que en el 2014 había renunciado a sus 20 años en el albiazul para lanzarse por el Partido Movimiento Ciudadano [...] Al día siguiente del debate, Elizondo declinó su candidatura, para respaldar a la de Jaime Rodríguez (Campos, 2015: 135-136)

En este espacio educativo se refrendó uno de los valores principales de la política, la alianza entre el candidato con más experiencia de gobierno, Fernando Elizondo, y el candidato independiente, que presentaba una agenda concreta de gobierno, construida con el activismo juvenil y digital: empleo, seguridad y combate a la corrupción.

El 23 de mayo, *El Norte* publicó una encuesta de una pregunta: “Si hoy fueran las elecciones, ¿por cuál candidato votaría?” aplicada en viviendas, del 13 al 21 de mayo, a 880 ciudadanos con credencial de elector en Monterrey y 520 en Guadalupe:

Preferencias electorales para gobernador en dos importantes municipios de Nuevo León

	Monterrey	Guadalupe
Jaime Rodríguez	32%	33%
Ivonne Álvarez	26%	26%
Felipe de Jesús Cantú	18%	18%

Nota: margen de error: +/- 3.3%.

Fuente: *El Norte*, 23 de mayo de 2015, p. 1.

Las encuestas, preliminares de la victoria electoral

Las encuestas son consideradas tanto por los equipos de campaña como información política estratégica para identificar el electorado indeciso y estratégico, como para los ciudadanos y líderes para evaluar la efectividad de las interacciones y propuestas de los candidatos en el marco de la campaña política.

A cuatro días de la elección para gobernador, *El Norte* publicó la última encuesta con una pregunta: “Si hoy se eligiera gobernador de Nuevo León, ¿por cuál candidato votaría?”

El resultado del voto probable¹ de la última encuesta da lugar a un giro decisivo en el proceso electoral a favor del candidato independiente, con un margen de trece puntos con respecto al segundo lugar, encabezado por la coalición electoral conformada por el PRI-PVEM-PNAL-PDM (local):

Jaime Rodríguez	42%
Ivonne Álvarez	29%
Felipe de Jesús Cantú	24%

Nota: Encuesta estatal en vivienda realizada del 23 de mayo al 1 de junio a 3 100 ciudadanos con credencial de elector en Nuevo León. Sólo 2% de las encuestas fue vía telefónica, todas en San Pedro Garza.

Margen de error: +/- 1.8%.

Fuente: *El Norte*, 3 de junio, primera plana.

1 El voto probable es la estimación del resultado de la elección, considerando la probabilidad de ir a votar de cada encuestado, que se calcula con base en sus respuestas a tres preguntas: el grado de interés que tiene en la campaña, si conoce la fecha de la elección y su probabilidad de ir a votar el 7 de junio. El voto de los indecisos se distribuye considerando por quién nunca votaría y quién cree que gane la elección.

Una de las consecuencias notables de estas tendencias fue que, a dos semanas de los comicios, el candidato de Movimiento Ciudadano se sumó a la campaña de “El Bronco”, tal como lo registró en su primera plana *El Norte*:

Tras permanecer en cuarto lugar en las preferencias electorales durante toda la campaña, Elizondo firmó un pacto con ello expresa para integrar la denominada: *Alianza por la Grandeza de Nuevo León*. Los puntos del acuerdo fueron: 1) Fernando Elizondo fungirá como Coordinador del Ejecutivo del Gabinete en materia de finanzas y políticas públicas; 2) Gobierno que trabaje en alianza con la sociedad; 3) Formar un gabinete con las mejores propuestas ciudadanas; 4) Promover una Ley de Participación Ciudadana; 5) Integrar Órganos Autónomos Anticorrupción encabezados por titulares propuestos de la Sociedad Civil; 6) Reformas para otorgarle facultades a quien ocupe el cargo de Auditor Superior del Estado; y 7) Gobierno austero que consulte y transparente el gasto y la inversión pública (*El Norte*, 22 de mayo de 2015).

Fernando Canales Stelzer, hijo del ex gobernador panista, Fernando Canales, y el empresario Fernando Turner, quienes apoyaron la candidatura presidencial de Andrés Manuel López Obrador en 2012, se sumaron como colaboradores al proyecto del candidato independiente a la gubernatura, en las áreas de Gobierno y Finanzas, respectivamente. No obstante, a nivel territorial, permanecieron las campañas electorales en concordancia con las estrategias partidistas y las bases sociales locales de cada fuerza electoral.

Tal como lo vaticinaban las encuestas, las intenciones de voto a favor de Rodríguez Calderón se incrementaron, al sumarse las alianzas estratégicas con cuadros del panismo tradicional en Nuevo León. Por otra parte, en la medida que avanzaban las campañas electorales, la prensa internacional comenzó a dar cobertura a la campaña política de “El Bronco”:

Medios como *The New York Times* (NYT), *The Wall Street Journal* (WSJ) y *Associated Press* (AP), de Estados Unidos, y *El País*, de España, enviaron corresponsales a Monterrey para documentar la campaña del independiente, Jaime Rodríguez, y ya publicaron artículos de “El Bronco”. Y tan sólo ayer, periodistas de *USA Today*, *Bloomberg* y otras agencias internacionales cubrieron eventos de Rodríguez. En sus ediciones impresa y en línea, el NYT difundió ayer el reportaje titulado “‘El Bronco’: franco, frecuentemente vulgar, y quiere dirigir Nuevo León”. *The Washington Post*, a su vez, reprodujo en su portal un artículo de AP llamado “Candidato independiente se monta en el odio hacia los políticos en México” (*El Norte*, 26 de mayo de 2015, primera plana).

Resultados de la jornada electoral: del bipartidismo al pluralismo democrático

La liberalización política transformó el voto de castigo en voto estratégico. Los resultados electorales expresaron el pluralismo del electorado a nivel territorial, con una participación de 58.70%. En virtud de ello, la selección de líderes políticos se constituyó en un nuevo marco de negociaciones y variadas formas de discusión y consenso entre los candidatos independientes y los partidos políticos, que finalmente incidieron en la movilización del voto y, a corto plazo, en la configuración de un gobierno plural y profesional con una visión social y menos controlado por los rituales de los medios de comunicación de masas, como la televisión privada.

Resultados electorales para gobernador en Nuevo León, 2015

Partido/Sin partido	Candidato	Votos	Porcentaje
Independiente	Jaime Rodríguez Calderón	1 020 552	48.82
PRI/PV/PNA/PD	Ivonne Álvarez García	498 644	23.85
PAN	Felipe de Jesús Cantú Rodríguez	466 543	22.32
PT	Asael Sepúlveda Martínez	16 132	0.77
MC	Fernando Elizondo Barragán	10 881	0.52
PRD	Humberto González Sesma	10 104	0.48
PH	Jesús María Elizondo González	7 617	0.36
PES	Raúl Guajardo Cantú	6 679	0.32
Morena	Rogelio González Ramírez	6 536	0.31
PCC (local)	Luis Servando Farías Gómez	1 580	0.07
Votación válida		2 045 268	57.44
Votación nulos		45 012	1.26
Votación total		2 090 280	58.70

Fuente: CEE NL (2016: 216).

Como es posible observar, fue una elección multipartidista con una tasa de participación de 58.70% del padrón electoral, en la que el candidato independiente, Jaime Rodríguez Calderón, ganó de forma incuestionable, con un 1 200 552 votos, lo que representó 48.82% de la votación total emitida. Fue seguido por Ivonne Álvarez, candidata de la coalición electoral: PRI/PV/PNA/PD, con 498 644 votos, es decir 23.85%.

De esta forma, asistimos en Nuevo León al desplazamiento de las campañas políticas basadas en la mercadotecnia hacia la novedad de la campaña política que considera el po-

sicionamiento de la autonomía ciudadana con una base sociopolítica y tecnológica de fácil acceso con la política. Ésta es la fórmula de comunicación directa de las candidaturas independientes con el ciudadano; permiten contar con información sobre las necesidades, expectativas y resentimientos del potencial elector. Así, la articulación política se lleva a cabo de abajo hacia arriba: la construcción ciudadana de la candidatura independiente desde la base territorial como identidad opositora al *status quo* del bipartidismo prevaleciente en Nuevo León. El modo de diseñar y operar la campaña política con información que va de muchos a muchos, con interactividad, tiempos y espacios variables y controlados, tanto por el emisor como el receptor, funcionó como una fuente informada en el proceso de movilización del voto.

A la vez, la política de agregar las preferencias al voto estratégico con base en la premisa del reconocimiento del poder territorial de los partidos políticos se adaptó a un comportamiento de racionalidad limitada por el equilibrio y la distribución territorial del voto: para gobernador, el voto por el candidato independiente; para diputado local, el voto partidista y, para presidente municipal, el voto de castigo.

La comunicación electoral en redes sociales, como Facebook, permitió al candidato independiente tener comunicación directa con el electorado y al sistema de partidos le dio relevancia como eje de la gobernabilidad representada en los municipios y el Congreso local. Con ello, la asociación de información política y la comunicación directa entre candidato y elector generaron la posibilidad de la igualdad política ciudadana que impactó en las preferencias electorales, al otorgar a “El Bronco” 58.70% de la intención del voto, transformando al sistema bipartidista en uno pluripartidista, con una amplia base social ciudadana y la articulación de acuerdos que propiciaron la factibilidad del proceso democrático de negociaciones, alianzas y compromisos electorales con los líderes partidistas y empresarios en la representación de los gobiernos y el Poder Legislativo estatal.

A nivel de correlación de fuerzas, en el Congreso local la nueva representación política se constituyó en un reequilibrio político, clave para la negociación y acuerdo, en aras de la interacción con el gobierno estatal y sus políticas en la entidad federativa. Si bien, el bipartidismo predominante tanto del PAN, que tenía el mayor número de escaños, como del PRI, se necesitó de la construcción de mayorías simples para los acuerdos con el gobierno estatal, como se observa en la composición política del Congreso estatal: 2012-2015.

PAN	PRI	PANAL	PT	PRD	TOTAL
20	15	3	2	2	42

Fuente: CEE NL (2016: 213).

Ahora, con un candidato independiente en el Poder Ejecutivo del gobierno, se construye un pluripartidismo moderado, como se observa en la composición política del Congreso estatal: 2015-2018. Ello requiere de la construcción de acuerdos legislativos con base en la regla de la mayoría y los equilibrios de poder territorial de la representación política:

PAN	PRI	PMC	PVEM	PNA	PT	TOTAL
19	16	3	2	1	1	42

Fuente: CEE NL (2016: 211)

Presidencias municipales por partido: 2012-2015

PAN	PRI	PT	PRD	PNA	TOTAL
13	32	3	2	1	51

Fuente: CEE NL (2016: 213).

Integración de los ayuntamientos por partido político y coalición electoral: 2015-2018

PAN	PRI	PRI-PVEM-PNA-PCD (Alianza por tu Seguridad)	PRD	PRD-PT (Coalición Paz y Bienestar)	PMC	PNA	PT	Candidato Independiente	Total
18	15	8	2	4	1	1	1	1	51

Fuente: CEE NL (2016: 214).

Con los resultados electorales, el PRI estatal perdió 9 alcaldías, contra las 32 que obtuvo en el proceso electoral de 2012. No obstante, en la Alianza por tu Seguridad (APTS), ganó la presidencia municipal de Monterrey. Cabe destacar que, por primera vez, los alcaldes que asumieron el poder en 2015 podrán optar por reelegirse en las elecciones locales de 2018, para completar dos periodos consecutivos de tres años en los ayuntamientos, de acuerdo con la Ley Electoral local.

Los votos leales, estratégicos y de castigo, preponderantemente, generaron un reacomodo multipartidista en cuanto a la distribución del poder en los 51 municipios:

De acuerdo con los resultados, el PRI ganó 23 presidencias municipales: 15 de manera unitaria (Los Aldamas, Anáhuac, Apodaca, Dr. Arroyo, Dr. Coss, Galeana, Gral. Escobedo,

Hualahuises, Iturbide, Marín, Mier y Noriega, Mina, Montemorelos, Pesquería y Los Ramones) y 8 en coalición con el PVEM-PNAL-PDM (Monterrey, Aramberri, El Carmen, China, Gral. Terán, Guadalupe, Juárez y Santiago).

El PAN ganó 18 presidencias municipales: Agualeguas, Allende, Bustamante, Cadereyta Jiménez, Cerralvo, San Pedro Garza García, Gral. Bravo, Gral. Treviño, Gral. Zuazua, Los Herreras, Higuera, Lampazos de Naranjo, Linares, Parás, Rayones, Sabinas Hidalgo, San Nicolás De Los Garza, Santa Catarina,

El PRD ganó 6 ayuntamientos: Ciénega de Flores, Salinas Victoria, y en la alianza con el PT ganó Abasolo, Dr. González, Vallecillo y Villaldama.

El PT obtuvo el triunfo en Gral. Zaragoza, el Partido de Movimiento Ciudadano ganó Hidalgo, y Nueva Alianza triunfó en Melchor Ocampo.

El candidato independiente de García ganó el citado ayuntamiento. Aunado a ello, la Sala Superior del Poder Judicial otorgó representación política proporcional en el cabildo al candidato independiente para regidor en el municipio de San Pedro Garza García, al haber obtenido 11 260 votos, quedando como segunda fuerza electoral.

Todo este reacomodo de fuerzas partidista implicó que el independiente, Jaime Rodríguez, ganador de la gubernatura, iniciara los primeros tres años de su mandato con al menos 23 alcaldes del PRI, 18 del PAN, 10 distribuidos entre cuatro partidos y un independiente. Ello requiere de constantes negociaciones y acuerdos políticos en el nuevo concierto institucional del sistema pluripartidista y la construcción de las políticas públicas.

De igual modo, al observar los resultados electorales podemos hablar de una nueva época del electorado independiente:

[...] ese grupo nutrido de electores mexicanos que no se siente identificado con ninguno de los partidos políticos [...] El surgimiento de la opción independiente en las boletas mexicanas nos obliga a entender aún mejor al electorado apartidista en el país y, sobre todo, a ver si hay o habrá una posible conexión entre la oferta política y el apoyo electoral independiente (Moreno, 2015: 11).

Así, se refleja el pluralismo democrático con eje de articulación entre la representación política del gobierno local ciudadano, sin postulación partidista, y la representación política partidista en el Congreso y los cabildos de los ayuntamientos, que cabe decir, en un solo caso contó con la representación de un regidor independiente. Ello obliga al gobernador a la construcción de acuerdos sobre la base de un marco de negociaciones con las distintas fuerzas políticas, para llevar a cabo la dirección política del programa de gobierno y la consolidación del derecho de la ciudadanía de participar en la competencia por el poder.

Los resultados de las elecciones para gobernador, Congreso y presidencias municipales en Nuevo León, en 2015, constituyeron un referente político del federalismo democrático

con nuevos activos: candidaturas independientes, alta tasa de participación, uso intensivo de las redes sociales y el multipartidismo como eje de los nuevos equilibrios políticos.

Conclusiones

La candidatura independiente a gobernador de Nuevo León tuvo como condición política el pluralismo democrático, que consistió en la apertura a la igualdad política de los ciudadanos, en la construcción de una gran coalición electoral de organizaciones, candidatos y electores para la transformación del sistema político bipartidista, que en conjunto incentivaron la competencia por el poder político local.

La reforma electoral cambió las reglas de la competencia, propiciando tanto la participación ciudadana en la disputa efectiva, como la publicidad política de las campañas electorales. Así, la política mediática focalizó las estrategias de las candidaturas independientes y sus acercamientos con el electorado y los liderazgos locales, con marcos de negociación flexibles, basados en la participación del poder social ciudadano, amplificado por las redes sociales móviles y la reingeniería de los equilibrios políticos locales, en detrimento de las prácticas partidistas centralistas basadas en procesos antidemocráticos.

Las candidaturas independientes y las dirigencias locales de los partidos políticos se convirtieron en los ejes de la coalición mayoritaria para superar el poder de las dirigencias nacionales partidistas, en la práctica de imponer a los candidatos y las estrategias de campaña mediante procesos antidemocráticos. Desde esta condición política de disputa por el poder, los electores participaron de manera efectiva al procesar democráticamente los compromisos de los candidatos con la representación de los ciudadanos en el gobierno local.

Como consecuencia, las candidaturas independientes conformaron espacios de poder con una articulación efectiva con el electorado y la representación política personalizada, lo que se vio reflejado en la constitución de coaliciones electorales que aplicaban políticas y estrategias de comunicación ciudadana, basadas en el compromiso y el acuerdo de una participación en igualdad política, siempre bajo alianzas políticos-electorales en función de sus cualidades competitivas de atracción del electorado con un tradicional realineamiento electoral bipartidista y de creciente participación electoral.

Este proceso de participación democrática fomentó un nuevo eje de articulación política entre las preferencias del votante con las candidaturas independientes, teniendo como eje las bases territoriales de los partidos políticos, desplazando el tradicional sistema bipartidista de alternancia política. De ahí la relevancia política de las candidaturas independientes, las cuales alentaron tanto la participación ciudadana, que alcanzó una tasa de 58.7% con respecto a la lista nominal de electores, como la competencia multipartidista a nivel distrital y municipal.

Las candidaturas independientes constituyen nuevos marcos de negociación y articulación política con las bases sociales partidistas y las organizaciones ciudadanas. Ello se constató en la elección a gobernador de Nuevo León de 2015, donde el candidato independiente Jaime Rodríguez, con base en una política de alianzas y una estrategia de autocomunicación de masas, a través de Facebook y Twitter, fue construyendo espacios de equilibrio político y de ajustes cooperativos con los grupos económicos y disidentes durante la competencia por el poder político.

Cabe destacar que las candidaturas independientes atraviesan por etapas de desconfianza, de escepticismo y de reconocimiento por parte del electorado, que con el desarrollo de las campañas encuentra su espacio de interacción con base en la información entre el ciudadano y el candidato, lo que va moldeando la decisión del voto. En el caso que nos ocupa, fue hasta después del debate y la alianza *de facto* entre el candidato del Partido Movimiento Ciudadano y el candidato independiente cuando se afianzó la preferencia electoral por Jaime Rodríguez Calderón, “El Bronco”. Esta alianza *de facto* y pública superó la estrategia de la política del escándalo emprendida por el PRI y el PAN, que tenían como propósito debilitar la confianza del votante por el candidato y transferirla a la identificación con los partidos políticos.

Así, a pesar de la coalición electoral del PRI-PVEM-PNAL, de las estrategias mediáticas del escándalo, y de la apropiación simbólica de los espacios públicos mediante los mítines, a ambos partidos les faltó la efectividad de otros tiempos del bipartidismo.

La transformación política del mensaje de las campañas electorales de los candidatos independientes es resultado de las estrategias pactadas con base en los equilibrios de poder y cooperación de los actores sociales empresariales, juveniles, la prensa escrita y Facebook.

La política ambivalente de las campañas electorales, tanto de candidatos partidistas como de los candidatos independientes, tuvo que ajustarse a las estrategias de comunicación del *marketing* y a la comunicación por Internet, mediante los formatos típicos de las redes sociales digitales y alianzas electorales que desestructuraron el funcionamiento tradicional de las campañas políticas, sometidas a la lógica del sistema bipartidista y los medios de comunicación masivo tradicionales, como la televisión. Si bien en el sistema bipartidista, el spot político predomina como estrategia de comunicación de la política mediática a través de la televisión, en un sistema multipartidista combinado con la candidatura independiente se incrementó la participación ciudadana, configurando un modelo de comunicación política mediante las redes sociales entre los votantes y los independientes. En tanto, en el plano territorial, las estructuras partidistas utilizaron estrategias de comunicación “cara a cara”, configurando el voto estratégico y las candidaturas independientes como incentivos del cambio político.

En virtud de ello, a nivel local, la política y la autocomunicación se constituyeron en ejes transversales para el desarrollo de la campaña política exitosa del candidato independiente,

contribuyendo a la consolidación de la democracia electoral, pero, sobre todo, promoviendo efectos trascendentes para la competencia electoral en tres dimensiones: el pulso del temperamento ciudadano mediante las redes sociales, el declive de la televisión como eje de la comunicación de los candidatos independientes y la flexibilidad de las coaliciones electorales *de facto*.

Los debates políticos hicieron la diferencia y construyeron un canal de comunicación electoral entre el candidato independiente y el electorado. Cabe destacar que fueron organizados por la sociedad civil y consistió en una plataforma mediática de alto impacto en la conformación del voto estratégico y la formulación de los compromisos de campaña de frente a la evaluación ciudadana, como son: la agenda de temas del debate político, la imagen, la configuración de las habilidades deliberativas y las capacidades directivas de los candidatos. De tal manera que los debates combinaron publicidad política con el mensaje del cambio, movilizandando las preferencias electorales de los indecisos y el voto de los jóvenes, tal como lo demostraron los resultados de las encuestas post-debate. Así se construyó la confianza entre el candidato independiente y el electorado, propiciando las condiciones políticas y de comunicación directa en la movilización del voto estratégico. La asignatura pendiente de esta nueva coalición electoral será la base de un proyecto de gobierno de largo aliento para el desarrollo político de Nuevo León.

En las elecciones para gobernador, diputados locales y ayuntamientos, las candidaturas independientes, la política de alianzas, las campañas electorales del escándalo y el voto estratégico permitieron la emergencia del sistema de partidos y la redistribución del poder en Nuevo León: un candidato independiente ganó la gubernatura, el Partido Acción Nacional obtuvo 17 diputaciones locales, seguido por el Partido Revolucionario Institucional, con 16 y, como tercera fuerza electoral, el Partido Movimiento Ciudadano, con 3 escaños en el Congreso local. En tanto, la alianza PRI-PVEM-PNA ganó 25 municipios, el PAN obtuvo 15 y la alianza electoral PRD-PT, 4 municipios.

Los resultados electorales expresan una distribución del voto con un mandato preciso de cómo gobernará el candidato independiente electo, con un sentido de responsabilidad en la búsqueda de acuerdos, donde se privilegien las relaciones de equilibrio mediante la negociación y la cooperación con los congresos local y federal, respectivamente, los presidentes municipales y el Ejecutivo federal.

Así, los partidos políticos locales minoritarios y los candidatos independientes lograron ser competitivos al ganar el voto de castigo y el estratégico imperante a nivel local. De este modo, se conformó un movimiento social de base opositor en donde la comunicación digital constituyó el espacio preponderante del lenguaje de la política ligada a los candidatos, en menoscabo de las campañas electorales de los partidos políticos tradicionales y el reconocimiento de la política mediática, superando el modelo de publicidad política en la televisión,

con la utilización de las redes sociales digitales como mediadores en la construcción del mensaje político de los candidatos y no de los partidos políticos en las campañas electorales.

Finalmente, en las elecciones locales de Nuevo León la rearticulación política de la participación ciudadana permitió el ascenso político de los candidatos independientes en la consolidación del bipartidismo y el pluralismo democrático como elementos centrales de la competencia electoral y una nueva configuración del poder de la comunicación digital en las preferencias del electorado apartidista y la publicidad política.

Sobre el autor

CARLOS HERNÁNDEZ ALCÁNTARA es doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la UNAM. Está adscrito al Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEIICH), UNAM. Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), nivel 1. Sus líneas de investigación son: pluralismo democrático, proceso de gobierno, redes de gobernanza. Tres de sus más recientes publicaciones son: *Autonomía y pluralismo de la UNAM. Las designaciones del Rector 1999, 2003 y 2007* (2015); “Coaliciones electorales, representación política y la judicialización de la política, el caso de Jalisco: los nuevos equilibrios de poder territorial en la democracia electoral de México, 2010-2012” (en *Contienda electoral y rendimiento democrático en México 2012, 2013*); “Equilibrio de poderes y legitimidad democrática: la designación de los magistrados del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en México, 2006” (en *México 2006: la contienda ideológico-programática y los límites del poder institucional*, 2009).

Referencias bibliográficas

- Campos Garza, Luciano (2015) *Jaime Rodríguez Calderón, El Bronco. Claroscuros del hombre que derrotó al sistema*. México: Planeta.
- Castañeda, Jorge G. (2016) “Por una candidatura independiente” *Nexos* (458): 28-34.
- Castells, Manuel (2012a) *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI.
- Castells, Manuel (2012b) “El poder en la era de las redes sociales” *Nexos* (417): 44-51.
- CEE NL (2016) *Memorias y Estadísticas. Informe del Proceso Electoral Nuevo León 2014-2015*. México: Comisión Estatal Electoral Nuevo León.
- Dahl, Robert (1991) *Los dilemas del pluralismo democrático. Autonomía versus control*. México: Conaculta/Alianza Editorial.
- El Norte* (2015) Notas del periodo de marzo a junio.
- Hernández Alcántara, Carlos (2009) “Contribuciones teóricas. Del pluralismo político al proceso de gobierno” en Bokser Liwerant, Judit; Pozo Block, Juan Felipe y Gilda Waldman Mitnick (2009) *Pensar la globalización, democracia y la diversidad*. México: UNAM, pp. 167-192.
- Jarvis, Jeff (2015) *El fin de los medios de comunicación de masas ¿Cómo serán las noticias del futuro?* Barcelona: Gestión 2000.
- Maarek, Philippe J. (2009) *Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Moreno, Alejandro (2015) “El electorado independiente” *Este País. Tendencias y Opiniones* (291): 11-13.

Voz y Voto (2015) (265), marzo de 2015.

Ruíz, José Fabián (2015) “El impacto de los medios de comunicación sobre la definición del voto de los ciudadanos de Monterrey en las elecciones presidenciales de 2012” *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* (225): 203-225.

Vivas, María Luisa (2016) “*Millennials*, el mundo en la pantalla” en “Las redes sociales. Vértigo y pasión” *Proceso*, 39 (53) edición especial: 14-19.

