

# Elecciones 2006: *diálogo entre dos formas de gobernar a México*

Rafael Vergara

20060022006002

Más que nunca, durante la campaña presidencial del 2006 los ciudadanos mexicanos tuvimos una discusión fundamental acerca del destino que podría tener nuestro país en manos de nuestros gobernantes.

En un diálogo entre las dos fuerzas, que a finales del siglo XX fueron consideradas la oposición, los candidatos del PAN, Felipe Calderón y del PRD, Andrés Manuel López Obrador, se enfrascaron en una contienda de destinos en la cual mostraron a los mexicanos que es lo que harían si llegasen a gobernar. Para ser electos, los candidatos se comunicaron con los ciudadanos de diferentes formas.

Por un lado directamente entablaron una relación con los electores al visitarlos en sus diferentes ciudades y poblaciones. En ellas los candidatos daban discursos y escucharon a los electores en sus demandas y sus sentimientos. Por otro, los candidatos entablaron un diálogo en el ámbito público por medio de mecanismos de comunicación masiva. Si bien el diálogo directo con los ciudadanos es importante en el pulso de una contienda electoral, la opinión de los electores a nivel masivo se volvió decisiva en el resultado electoral.

Los candidatos se pusieron en contacto con los mexicanos por medio de la televisión. A través de ella,

mandaron mensajes en los cuales les informaron qué es lo que harían si ocuparan la presidencia de la república. Y es ahí, en ese diálogo de mensajes televisivos en donde podemos encontrar una de las claves del resultado de la elección presidencial mexicana del 2006.

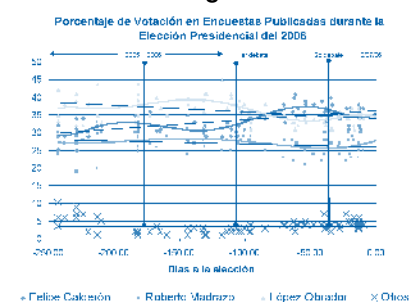
## El cambio y la estabilidad

La política mexicana contemporánea se ha caracterizado por una lucha entre el cambio y la estabilidad. El triunfo de Vicente Fox en el 2000 se caracterizó por la idea de cambio que necesitaba el país después del gobierno hegemónico del PRI durante casi todo el siglo XX. Sin embargo, en el 2006 la situación fue completamente distinta. El candidato del partido en el poder, el PAN, enarbó la contienda presidencial basándose en la estabilidad mientras que el candidato de la coalición de partidos de izquierda, la Coalición por el bien de todos, basó su campaña en la idea del cambio.

A principios del año 2006, la idea del cambio la lideraba la izquierda por medio de una mayor aceptación de su candidato con respecto a los otros contendientes. En enero del 2006 el candidato López Obrador tenía una ventaja de alrededor de 10 puntos porcentuales en las encuestas publicadas por diferentes periódicos y compañías encuestadoras.

La Gráfica número 1 representa esa historia de votación probable hecha con la información pública de encuestas que se fue construyendo a lo largo de la campaña. En la gráfica se presentan las tendencias de votación de los tres principales contendientes a la presidencia de la república en el 2006. Cada punto representa una encuesta publicada. La línea recta representa una línea de ajuste a los puntos porcentuales de cada candidato. Las líneas onduladas representan ajustes de los datos tomando en cuenta períodos de variación local. El primer periodo va del arranque del año electoral en 2006 hasta el primer debate. El segundo periodo se da entre el primer y segundo debate. El tercer periodo lo podemos identificar del segundo debate al día de la elección. También se presentan la información y las líneas de tendencia de los candidatos con menores niveles de preferencia.

Figura 1



### De atributos a asuntos

De hecho el tema del diálogo de spots comenzó antes de que oficialmente los candidatos pudieran transmitir algún mensaje en los tiempos reglamentarios. Por un lado el candidato de la coalición por el Bien de Todos venía de haber gobernado el Distrito Federal y de haber construido toda una base de apoyos por los cuales hacía muy probable que una mayoría de electores lo eligiera a él. El candidato había gobernado la ciudad más o menos bien, había dado apoyos a grupos vulnerables y había hecho obras de infraestructura importantes para el funcionamiento de la ciudad. Su campaña estaba basada por medio de un mensaje como el siguiente: Vean lo que he hecho por la ciudad, si esto hice aquí lo mismo y más haré en todo el país. Era fácil ver como el ex jefe de gobierno del distrito federal iba a hacer una campaña retrospectiva de su administración. Después de todo tuvo todo el andamiaje institucional de la ciudad a su favor para gobernar hegemonicamente.

El candidato del partido gobernante no tenía esas ventajas. El candidato del PAN no había sido gobernante de algún estado o municipio por lo que no podía fundar su campaña en un análisis retrospectivo de administraciones pasadas. Y por razones que considero anacrónicas, el candidato del PAN no podía defender directamente el record del presidente saliente, proveniente de su partido, puesto que por ley el presidente no puede anunciar los logros que hubo hecho durante su administración.

Los presidentes priístas abusaron de esa facultad presidencial y durante la transición era una de las consignas de la oposición el que el presidente no anunciara sus logros. En plena democracia esto se vuelve anacrónico puesto que ahora los partidos de oposición podrían criticar el record del presidente de una forma abierta y el presidente está atado de manos para poder defenderse.

En el caso de la campaña de López Obrador uno de los asuntos que pusieron en controversia fue la difusión de los logros del presidente Fox durante la elección. Ese fue un asunto que hasta el Tribunal Federal Electoral sancionó en el fallo que dio de la elección. Sin embargo, el Tribunal no sancionó el hecho de que la campaña del candidato de la Coalición por el bien de todos utilizó directamente el principio de mostrar el pasado para hacer una visión de cómo gobernaría en el futuro. Democráticamente todo candidato en una elección debería poder defender el record de sus administraciones pasadas o de su partido. Y los gobernantes deberían poder apoyar a los candidatos de sus propios partidos en tiempos electorales pudiendo dar a conocer ampliamente sus logros. Con esto se dejaría a los electores la decisión de a quien creer y a quien apoyar. Este asunto no fue saldado en el 2006 y debería de ser discutido en una posible reforma de las leyes con las cuales se compite para que políticos profesionales lleguen a ocupar los puestos de elección popular del estado mexicano.

Cuando empezaron oficialmente las campañas a finales de marzo del 2006 se encontraba en tela de juicio la administración del presidente Fox. Después de que el candidato de la Coalición por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador, tuvo un juicio por desafuero en el 2005, su intención era posicionarse entre los electores como la alternativa real del cambio.

Por otro lado, aunque el candidato del PAN había tenido problemas durante la administración del presidente Fox, Felipe Calderón no podía plantear su campaña como el candidato del cambio puesto que representaba al partido que estaba en ese momento gobernando. De ahí que la forma en que Calderón planteó su campaña fue una crítica frontal a los planteamientos del candidato que se encontraba al frente de las preferencias en ese momento.

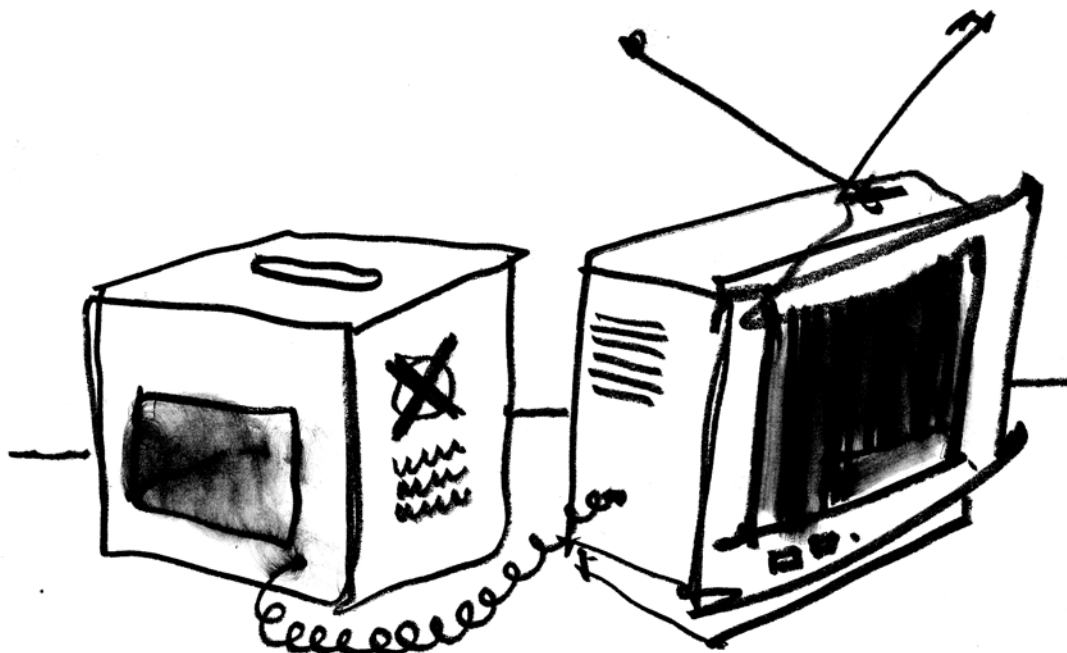
En un primer lugar la crítica se centró en el asunto mismo que estaba defendiendo el candidato de la Coalición por el bien de todos. López Obrador postulaba una política de redistribución para resolver los problemas de los ciudadanos mexicanos.

Proponía que redistribuir hacia los ciudadanos más desprotegidos del país haría que en el mediano plazo la economía nacional se reactivaría y por lo tanto al fortalecer el mercado interno, se fortalecería la economía mexicana. Incluso uno de sus spots hacía énfasis en esa dinámica. López Obrador ya había hecho políticas redistributivas en el Distrito Federal y al parecer los ciudadanos aprobaban esas medidas. Aunque no quedaba claro si la economía del Distrito Federal se había beneficiado de esas políticas, era un tema de campaña que sin duda aportaría muchos votos para el candidato de la Coalición por el bien de todos.

La campaña del candidato del PAN se centró en cuestionar tales políticas redistributivas. La forma en que típicamente los partidos que proponen un aumento del gasto pueden cumplir con sus promesas de campaña es por medio de un aumento en la recaudación de impuestos.

El PRD durante los primeros años del siglo XXI sistemáticamente se ha opuesto a una recaudación de impuestos generalizada por medio del impuesto al valor agregado. Y durante la campaña, su candidato no esclareció la forma en la que iba a conseguir los fondos para redistribuir a los más necesitados. Bajo esa situación la crítica del candidato del PAN no se podía basar en la probable recaudación de impuestos del candidato perredista. Tenía que basarse en algo más y por lo tanto empezó a cuestionar las propuestas de López Obrador basándose en la deuda como el mecanismo en el cual iba a financiar ese gasto redistributivo.

Así, antes del primer debate presidencial la campaña del candidato



panista puso en duda las buenas intenciones del candidato perredista. ¿Cómo es que financió López Obrador el gasto que hizo en el Distrito Federal de sus programas sociales y de las grandes obras de infraestructura? La respuesta se daba en el mismo mensaje que apareció en las pantallas de televisión de los ciudadanos mexicanos a principios de las campañas por televisión. Este mensaje afirmaba que por medio de endeudamiento. Y como se asocia el endeudamiento con las prácticas del pasado, el endeudamiento en México en el largo plazo lleva a una crisis.

Así, la campaña del PAN en abril mostraba una tendencia al repunte. Se veía efectivo el mensaje del endeudamiento y el candidato López Obrador pasó de una etapa ofensiva de cuestionamiento del cambio a una fase defensiva de explicar el gasto en el Distrito Federal y la posibilidad de endeudar y llevar a una crisis a la economía mexicana con las propuestas de redistribución planteadas.

En abril de 2006 el candidato de la Coalición por el bien de todos decidió no presentarse al primer debate entre candidatos y defender el cuestionamiento de la deuda. Y, al no presentarse, el candidato del PAN aprovechó para mover la atención de la elección hacia los beneficios de la estabilidad política y económica que se habían logrado gracias a la primera administración panista del siglo. Mientras tanto, la atención de la elección se centró en preguntarse si se había o no logrado esa estabilidad económica.

El presidente Fox defendía en medios de comunicación su legado económico y defendía las posiciones del candidato de su partido. En esa ofensiva, el candidato de la Coalición criticaba esos supuestos beneficios y en vez de poner en duda el asunto que se estaba discutiendo, López Obrador criticó los atributos del emisor y le dijo la famosa frase “¡Cállate chachalaca!”. Lo interesante de la crítica fue que el adjetivo que utilizó López Obrador fue una pista para criticar el asunto de la estabilidad de la administración foxis-

ta, pero como la crítica no se hizo con base en el asunto económico sino con base en una falacia ad hominem el efecto no fue muy contundente.

De hecho los opositores al presidente Fox insistían en que no se metiera en la elección, pero no lo hacían discutiendo la estabilidad económica durante su administración, sino cuestionando la participación en la elección como persona no con los argumentos que el presidente utilizaba.

#### De asuntos a atributos

El 6 de junio se llevó a cabo el segundo debate de los candidatos a la presidencia. Aunque lo más interesante del debate fue que continuó el enfrentamiento entre las agendas programáticas de los candidatos acerca del cambio redistributivo y la estabilidad económica, lo que más se quedó en la agenda fue la acusación de atributos que hizo el candidato de la Coalición por el bien de todos al candidato del PAN acerca de supuestas influencias con contratos a familiares. En ese momento el centro

de la discusión de la campaña a la presidencia de la república se movió de un debate entre propuestas programáticas sobre el futuro del país en el siglo XXI a un debate periférico sobre los atributos del candidato del PAN acerca de su honestidad.

En una campaña los candidatos pueden centrar sus mensajes en un asunto, pero mientras que los críticos de la campaña del PAN a la presidencia cuestionaban los modos en los que se argumentaba acerca del futuro del país, quedaban callados ante los mensajes descalificativos de atributos de los candidatos presidenciales. Hay ahí una diferencia notable en la formulación de las campañas. Aunque ambas situaciones pueden llevar pistas a los votantes de cómo les iría si un candidato en particular ganara la elección, la discusión que se hace con base en argumentos tiende a ser más persuasiva y más central que la discusión que se formula con base en los atributos de los candidatos.

La campaña negativa formulada por el candidato de la Coalición por el bien de todos fue basada en atributos del candidato del PAN. Esa campaña tuvo un efecto notable en el cierre de la elección puesto que después del segundo debate y próximos a la elección, todo indicaba que la contienda se cerraba otra vez. Incluso en la semana final con el cierre de encuestas estaba pareja la situación de quien podría ser el candidato ganador de la elección.

La información de encuestas anterior al 2 de julio apuntaba a que no iba a haber un ganador claro en la tarde de ese día. Las proyecciones indicaban una contienda cerrada hasta el último minuto. En los resultados finales el PAN y el PRD obtuvieron como partidos menos votos que su candidatos a nivel nacional. En cambio el PRI como partido obtuvo más votos que su candidato a la presidencia. Estos datos indican que algunos electores Priístas pudieron haber votado estratégicamente por un candidato diferente al candidato de su partido. Y que quien más se benefició fue el candidato de la Coalición por el

bien de todos, aunque sus votos no fueron suficientes como para rebasar al candidato del PAN y haber ganado la elección.

### Conclusiones

La elección de 2006 fue una muestra de cómo en nuestra democracia se pueden discutir temas de fondo acerca del futuro de nuestro país. En el diálogo mantenido entre los candidatos se demostró que existían en ese momento al menos dos vías necesarias hacia donde dirigirnos.

Por un lado el reafirmar la estabilidad económica que caracterizó la campaña del candidato del PAN, Felipe Calderón. Por el otro, la idea de cambio redistributivo el cual hizo énfasis el candidato de la Coalición por el Bien de Todos, Andrés Manuel López Obrador. Aunque las dos posturas son necesarias para el futuro del país, un mayor número de ciudadanos eligió la vía del PAN como la forma en la cual continuar con nuestro desarrollo. En la elección presidencial del 2006 se prefirió la estabilidad al cambio. 