

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

Juan Luis Hernández Avendaño

Las elecciones presidenciales de 2006 no son un mero acontecimiento coyuntural. Los contenidos que las caracterizaron representan sendos significados estructurales sobre la cultura política, el sistema político, la calidad del régimen y el proceso de transición que hipotéticamente nos estaba conduciendo a la democracia. Las elecciones presidenciales con todos sus efectos colaterales han propiciado la emergencia de profundos ríos subterráneos que llevan consigo décadas de tejido social crispado. Por primera vez, las elecciones incorporaron el componente de clase social y de ideología en el trasfondo de la disputa por la nación.

La hipótesis de este ensayo es que los resultados de la elección presidencial, y no me refiero sólo al saldo numérico, representan una clara involución democrática en el país. Lo poco o mucho que habíamos avanzado en el proceso de democratización se echó a la borda pues la lucha por la Presidencia de la República se llevó a cabo sin ninguna normalidad democrática. Todos los actores, unos más que otros, contribuyeron para que el proceso político se fuera enrareciendo cada vez más hasta configurar un traspaso de poderes en medio de una crisis política sin precedentes. La cultura del fraude electoral fue rebasada por otro tipo: el fraude a la democracia. El resultado está a la vista: en el horizonte campea el tufo autoritario.

1. El uso faccioso de las instituciones políticas

Mucho se ha debatido sobre si hubo o no fraude electoral el 2 de julio de 2006. En realidad ese debate está superado en varios sentidos. Los acontecimientos que antecedieron a esa fecha son lo suficientemente influyentes para condicionar un resultado electoral. El día de la elección se ha convertido, a estas alturas, en el punto final de un proceso largamente cuidado de concertación institucional para inclinar la balanza

Análisis Político

en favor de un candidato y, de manera específica, en detrimento de otro.

Todo inició con la renovación del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) en el otoño de 2003. En aquella época la coordinadora de los diputados priistas era Elba Esther Gordillo y junto con los panistas se repartieron las nueve posiciones del Consejo. El Partido Revolucionario Institucional (PRI) se quedó con cinco, entre ellas la presidencia del IFE, mientras que el Partido Acción Nacional (PAN) se quedó con cuatro. El Partido de la Revolución Democrática (PRD) quedó fuera de la negociación. En ese momento se alertó sobre lo desaseado del procedimiento y lo perjudicial que sería para la democracia haber partidizado al árbitro electoral. Una de las virtudes del Consejo General saliente es que éste fue electo por unanimidad por todas las fuerzas políticas. En esta ocasión, tanto la primera como la segunda fuerzas electorales habían dado un paso atrás al poner delegados en el IFE y no genuinos consejeros ciudadanos. Ése sería el primer paso para pervertir una institución que había ido ganando credibilidad ciudadana.

El segundo golpe al proceso de democratización fue utilizar la Presidencia de la República como seleccionadora de candidatos presidenciales. Vicente Fox había decidido vetar al entonces jefe de gobierno de la ciudad de México como candidato presidencial, por lo que se empleó a fondo para fincarle responsabilidad penal por un hipotético desacato a una orden judicial. El proceso de desafuero contra López Obrador representa uno de los ejemplos más nítidos del talante autoritario del expresidente Fox. Había que evitar a toda costa que el populista llegara. Pero aquí se impone una pregunta: ¿por qué tanto afán en evitar la candidatura de López Obrador? La respuesta es simple: por sentido oligárquico. López Obrador representó mucho antes de la campaña la amenaza distributiva, y en ningún lugar del mundo una política distributiva se hace sin tocar a los que más tienen; por eso había que evitarlo a toda costa.

Aquí surge una de las contradicciones básicas del discurso liberal. Cuando un actor político, en condiciones democráticas, amenaza los beneficios del liberalismo económico, con-

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

centrados en una oligarquía definida, el golpe en el tablero no se hace esperar, y quienes tienen a la democracia como su principal bandera están dispuestos a abjurar de ella con tal de evitar que cumpla su cometido, que beneficie a la oposición popular, populista o como quieran llamarle.

El principal ejemplo de esta postura es la propia política del gobierno de Estados Unidos. Por su discurso parecen ser los promotores y defensores de los principios y valores democráticos en el mundo. Sin embargo, desde el siglo XIX son los principales promotores de invasiones militares, han auspiciado golpes de Estado, violado sistemáticamente los derechos humanos y protegido dictaduras y autoritarismos. La democracia sale sobrando cuando se interpone en sus intereses geopolíticos o de mercado. Estados Unidos no podía permitir que se construyera un socialismo desde la democracia y por eso facilitó el golpe pinochetista de 1973, pero también por razones de mercado acepta sin miramientos la dictadura del Partido Comunista chino. El gobierno estadounidense vive en falsedad democrática, y esta postura es la que alienta a las oligarquías nacionales a realizar lo propio en sus respectivos terruños.

En México, la democracia parece tolerarse siempre y cuando no afecte intereses oligárquicos. Cuando las izquierdas alcanzan a convencer a grandes sectores del electorado, entonces habrá que emplear planes alternativos para que los electores "no se equivoquen", "no vayan a poner a un izquierdista de presidente". En este plano la oligarquía se convierte en el gran elector y, con los medios de que dispone, que no son pocos, utiliza las instituciones de manera facciosa para moldear un proceso electoral que técnicamente es muy manipulable.

El foxismo revivió el uso electoral de la Presidencia de la República. El gobierno que publicitó el cambio tuvo, por un lado, muchos contrapesos políticos e institucionales que acortaron ciertos márgenes presidenciales, pero, por otro, la Presidencia foxista rescató los recursos que otorga la gran máquina del ejecutivo federal para ponerlos al servicio de un partido, como en los viejos tiempos priístas. Vicente Fox gastó alrededor de 1 700 millones de pesos en promoción publi-

Análisis Político

citaria de su gobierno en plena campaña, contribuyendo en forma significativa a violar uno de los principios fundamentales de los comicios: la equidad.

El propio dictamen del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) asignó a Fox la responsabilidad de haber puesto en riesgo la elección misma. El Tribunal no quiso ir más allá de esa aseveración que implicaba dar vista al ministerio público por tratarse, sin duda, de un delito electoral.

Pero también por primera vez los empresarios decidieron actuar por cuenta propia en la campaña, violando el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), que señala que ninguna identidad jurídica distinta de la de los partidos políticos puede comprar spots publicitarios para inclinar la balanza en una campaña electoral. Una vez más el Tribunal Electoral señaló que eso era ilegal, los mandó quitar y declaró que había sido un delito electoral, pero no actuó en consecuencia ante las implicaciones que ello tenía.

En suma, los acontecimientos previos al 2 de julio tipifican lo que en otro momento el Tribunal Electoral había calificado, jurídicamente, como "nulidad abstracta", es decir, que se puede calificar la calidad de una elección y, en su caso, anularla, no por lo sucedido el día de la elección, sino por la cantidad de acciones que gobiernos y partidos realizan en las campañas para pervertir los principios de equidad y transparencia como condición para el sufragio efectivo. La elección del 2 de julio debió haber sido anulada y con ello se pudo haber enviado un mensaje claro a la clase política: el sufragio efectivo debe ser un derecho garantizado y cuidado por las instituciones electorales. El proceso electoral de 2006 mostró que las instituciones electorales fueron abusivamente permisivas tanto con el ejecutivo federal como con los empresarios, no quisieron ver lo que sucedía y dieron margen para la comisión de delitos electorales. La suma de ello es haber retrocedido en lo que más se había avanzado. Hoy se requiere, otra vez, una nueva reforma electoral que haga creíbles los comicios para todos.

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

2. El impacto del voto negativo

Veamos en primera instancia cómo arrancaron los partidos sus respectivas campañas respecto a los datos de la última elección. La Cámara de Diputados es un indicador que refleja la fuerza y lealtades electorales de los partidos. El cuadro 1 muestra los porcentajes electorales alcanzados por los distintos partidos en la elección de diputados en el año 2003.

Cuadro 1

Porcentaje de votos para la Cámara de Diputados en 2003	
<i>Partido</i>	<i>Porcentaje de votos</i>
PAN	30.7
PRI	23.1
PRD	17.6
PVEM	3.9
PT	2.4
CONVERGENCIA	2.2

Fuente: IFE, 2003.

Como se muestra en el cuadro, el PAN enfrentó la campaña de 2006 con el mejor antecedente electoral, seguido del PRI y en un tercer lugar lejano el PRD. Estos datos, sin candidatos presidenciales, auguraban una lucha entre el PAN y el PRI, como en las últimas dos elecciones presidenciales. Pero una vez que las encuestas comenzaron a medir las intenciones de voto con candidatos, el PRD salía de su lugar testimonial para colocarse como real competidor.

En el anexo 3 puede observarse cómo arrancaron las intenciones de voto una vez establecidos los candidatos presidenciales. Gran parte de las encuestas otorgaron, entre octubre y noviembre, una mayoría más que significativa a López Obrador de 15 puntos, en promedio, por encima de Calderón, quien se ponía en segundo lugar, dejando históricamente al PRI y a su candidato Madrazo en tercer lugar. Por

Análisis Político

vez primera en una campaña presidencial, el candidato presidencial del PRD encabezaba las encuestas, con una mayoría importante, y también por vez primera el candidato del PRI arrancaba en tercer lugar.

Desde 1988 comenzó a fraguarse en México un multipartidismo de 2.5, y el hecho de que el sistema de partidos se caracterice por un tripartidismo hegemónico desencadena estrategias políticas y comportamientos electorales que hacen suponer en la necesidad de tomar decisiones estratégicas. La existencia de tres jugadores con alcances competitivos, tomando en cuenta que no existe la segunda vuelta, proporciona diversas posibilidades de realineamientos electorales y multiplicidad de combinaciones entre las estrategias de los partidos y las intenciones de voto de los ciudadanos.

Por lo pronto, la campaña electoral de 2006, con los datos que arrojaban los primeros meses, provocaba las siguientes preguntas: ¿es posible que Andrés Manuel López Obrador mantenga esa amplia ventaja con exiguos recursos económicos y partidarios?, ¿el candidato del PAN, desconocido por la mayoría del electorado, podrá colocarse con posibilidades para derrotar a López Obrador?, ¿el mal arranque del PRI y su candidato será revertido por la fuerza del partido y la disciplina de su electorado?, ¿qué efectos tendrá la propaganda negativa en las intenciones de voto?

Si observamos la intención de voto que reflejaron las encuestas (anexo 3) a medida que avanzaba la campaña, es posible advertir los siguientes aspectos. El candidato del PRI nunca dejó el tercer lugar, salvo en febrero en la encuesta de *Reforma*. En algunas encuestas como la de *El Universal* no sólo conservó el tercer sitio, sino que además nunca estuvo en posibilidades de disputarle a Calderón el segundo lugar. En algunas otras, como la de Parametría, el PRI se mantuvo muy cerca en los primeros meses de campaña del PAN. Las últimas encuestas de junio ubicaban a Madrazo, en su mejor distancia frente a Calderón, a cuatro puntos, mientras que en su peor distancia, se ubicó a 13 puntos. En suma, la campaña no sirvió al PRI para cambiar su condición de arranque.

En el caso del PAN y su candidato fue muy distinto. Inició con intención de voto que le otorgaba un segundo lugar, en

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

algunas encuestas cercano respecto al PRD y en la mayoría a una distancia considerable del primer lugar. Sin embargo, para marzo, abril y mayo, el eje neurálgico de la campaña, todas las encuestas registraban un vuelco en las intenciones de voto y Calderón se ponía por delante de López Obrador. Éste, después de estar en la cima de las encuestas durante cerca de dos años,¹ bajaba al subsiguiente escalón. Más adelante analizaremos las probables razones de ello. Ahora baste señalar que para junio el candidato del PRD, en la mayoría de las encuestas, volvió al primer lugar, pero esta vez en promedio sólo con dos puntos de ventaja sobre Calderón. La encuesta de GEA mantuvo a Calderón en primer lugar. El nuevo vuelco electoral, esta vez en beneficio del perredista, dejó la elección del 2 de julio con la incertidumbre total sobre los resultados y, en virtud del margen de error de las encuestas, en realidad tanto Calderón como López Obrador enfrentaron la elección con un empate técnico.

¿Qué factores explican los vuelcos en la intención de voto? Para dar respuesta a este interrogante será preciso identificar los principales elementos que caracterizaron la campaña electoral de 2006. Sus aspectos son:

- a) El candidato del PAN basó su campaña en un ataque frontal contra la personalidad y perfil político del candidato del PRD. Uno solo fue el mensaje central de la propaganda panista: "López Obrador es un peligro para México".
- b) Los sectores que apoyaron la candidatura panista, como grupos empresariales y eclesiásticos, dieron eco a la propaganda de Calderón con otros mensajes contra el candidato del PRD al tipificarlo como "el Chávez Mexicano" y reiterarle permanentemente el apelativo de "populista".
- c) Debido a la debilidad territorial e institucional del PRD, López Obrador organizó una estructura paralela y alejada del perredismo llamada "Comités Ciudadanos por

¹ En México las encuestas para la carrera presidencial iniciaron en 2004 con varios candidatos por cada partido.

Análisis Político

López Obrador”, cuya intención era promover la candidatura desde un ángulo no partidista.

- d) En abril y junio se llevaron a cabo los debates entre los cinco candidatos presidenciales. Para el primero, López Obrador no asistió, básicamente, para cuidar la mayoría que llevaba en las encuestas, pero esta ausencia fue capitalizada por Calderón y jugó en contra del perredista.
- e) La campaña de López Obrador se concentró en un mensaje: “Por el bien de todos, primero los pobres”. El planteamiento fue hacer un viraje en el modelo económico y la necesidad de construir fuertes políticas sociales.
- f) La campaña priísta no tuvo un mensaje claro que identificara su propuesta. Madrazo hizo énfasis en la importancia de un gobierno con firmeza y que diera estabilidad y orden sociales. Puesto que la campaña se polarizaba entre PAN y PRD, el PRI quiso llamar la atención, en el sentido de que representaba la alternativa ante la polarización de la derecha y la izquierda.
- g) Como en 2000, otra vez la campaña se caracterizó por la combinación dinero-televisión. En todas las elecciones pasadas, tanto federales como locales, las élites partidistas parecían estar convencidas de que quien más gasta en medios gana. En mayo, un monitoreo del IFE informaba sobre el número de spots que habían colocado los partidos en los medios de comunicación durante abril. Este dato es relevante, pues fue el mes en que el PAN intensificó su propaganda negativa.
- h) Los resultados del monitoreo fueron que Acción Nacional había colocado 2 077 spots en televisión contra 1 095 del PRI y 796 del PRD. En radio, el PAN se promocionó en 16 705 contra 6 678 del PRI y 3 184 del PRD. Como se ve, Acción Nacional triplicó su presencia en televisión y quintuplicó sus anuncios en radio respecto a López Obrador. Muy pronto la mercadotecnia política revirtió la desventaja que tenía Calderón de ser poco conocido por el electorado, y también hizo posible que sus mensajes centrales de campaña fueran muy difundidos.
- i) El presidente Fox se volvió uno de los protagonistas de la campaña al colocar también en los medios una enor-

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

me propaganda que difundía los éxitos de su gobierno y al emitir mensajes contra el peligro del populismo. La ley electoral prohíbe la intromisión de los ejecutivos federal y estatales en las campañas.

- j) La propaganda negativa del PAN contra el perredista fue a dar al Tribunal Electoral y éste hizo retirar, para fines de mayo, los spots contra López Obrador, al tiempo que el IFE llamó la atención a Fox, le ordenó retirar su campaña propagandística y lo amonestó con sanciones.
- k) En toda la campaña estuvo presente una multiplicidad de conflictos sociales de los cuales se responsabilizaba al PRD y a su candidato, haciendo recordar la imagen que Carlos Salinas creó, en la década de los noventa, del perredismo como un partido violento. Destacan la movilización nacional del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), la movilización de maestros, la represión gubernamental contra habitantes amotinados en San Salvador Atenco y el atentado a la esposa de uno de los empresarios que filmó actos de corrupción de funcionarios de López Obrador cuando era jefe de gobierno del Distrito Federal.
- l) El último mes de campaña el perredista respondió a la propaganda negativa con otra campaña negativa, esta vez acusando con pruebas muy bien documentadas a la familia de Calderón de haberse beneficiado del tráfico de influencias. Esto lo dijo en el segundo debate y parece haber sido una de las principales razones para el segundo vuelco electoral.
- m) En el transcurso de la campaña se fueron presentando renunciadas al PRI de senadores, diputados, líderes regionales y otras personalidades políticas muy importantes en otros tiempos, para sumarse casi de manera igualitaria tanto a la campaña de Calderón como a la de López Obrador, mandando el claro mensaje al resto de los priístas de que esta vez el voto útil o estratégico les tocaba a ellos, pero ahora mediado a través de opciones ideológicas.

Análisis Político

La campaña de 2006 parece haber confirmado que el factor candidatos tuvo un peso específico importante. Si observamos la evaluación que las encuestas iban midiendo del peso de los candidatos se aprecian algunos elementos interesantes, así como que la propia campaña tuvo ciertos efectos sobre algunos componentes en el comportamiento electoral.

Para empezar, en el anexo 5 vemos que de enero a junio aumentó el porcentaje de individuos que se consideran independientes, de 44 a 51% y, de la misma forma, en el anexo 6 se muestra que disminuyó el número de los que se consideran panistas, perredistas o priistas, pues en los tres casos los índices de junio son menores a los de enero. La particularidad de la campaña, la guerra sucia en la propaganda y la intensidad en el debate público fomentaron menos lealtad partidista y, por lo tanto, aumentó el margen de la desafección por los partidos. Esto, por lo regular, termina beneficiando al candidato que se identificó menos con un partido, en este caso López Obrador, cuya campaña se hizo a pesar del PRD.

La evaluación de los candidatos resulta de mucho interés para observar qué tanto la campaña modificó o no percepciones sobre ellos. El anexo 7 muestra que en seis meses la opinión favorable sobre Felipe Calderón disminuyó cinco puntos, mientras que para el caso de López Obrador la caída fue de diez puntos. La campaña negativa del PAN surtió más efecto que la del PRD, que se implementó al final. También puede interpretarse que el voto negativo que se encontraba latente antes de empezar la campaña fuera reactivado o fortalecido con la campaña negativa de los panistas. Lo cierto es que, luego de la campaña, López Obrador fue el que más experimentó una caída en sus evaluaciones favorables sobre personalidad, mientras que la evaluación sobre Madrazo sólo presentó una caída de tres puntos de enero a junio. En este mismo anexo puede verse que en enero el mejor evaluado era el candidato del PRD, mientras que en junio ya lo era Felipe Calderón. La campaña tuvo efectos importantes en la apreciación de los electores sobre los candidatos.

El anexo 8 es el que mejor podría reflejarnos el peso del voto negativo. Los datos nos indican que en febrero el que

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

generaba mayor rechazo de los electores era Roberto Madrazo, con un alto 49%, seguido por López Obrador y Calderón, respectivamente, pero en porcentajes muy lejanos a los del priísta. Para junio, luego de la campaña, Madrazo seguía siendo el candidato más rechazado, pero esta vez, en un segundo lugar muy cercano, se encontraba López Obrador y en un tercer lugar lejano Calderón. Los principales movimientos se dieron con el priísta y el perredista. La campaña logró que Madrazo redujera en 13 puntos su índice de rechazo, mientras que los efectos sobre López Obrador fueron en sentido contrario, pues éste vio incrementado su rechazo en 12 puntos luego de seis meses. También Calderón aumentó sus niveles de rechazo pero sólo en cinco puntos. Como se observa, el voto negativo se concentró en un solo candidato, López Obrador, y la propaganda negativa sobre él sí modificó, de manera significativa, el asunto del candidato por el cual nunca se votaría.

Los anexos 9 y 10 muestran otro efecto de campaña con relación a la intención de voto. De abril a junio, los que votarían por López Obrador modificaron su hipotético segundo voto, pues disminuyeron las intenciones por Calderón en favor de Madrazo, mientras que los que votarían por Calderón incrementaron su intención de segundo voto hipotético también por Madrazo. El segundo voto de los calderonistas es más amplio por Madrazo que de los obradoristas por este mismo. Mientras tanto, el segundo voto hipotético de los madracistas sería por Calderón y su porcentaje no varió prácticamente nada luego de la campaña. En suma, López Obrador no era la segunda opción ni para calderonistas ni para madracistas, lo cual refleja un nivel importante de rechazo hacia su candidatura.

Finalmente, el anexo 11 muestra que los encuestados por *El Universal* señalan que luego de seis meses de campaña creció en siete puntos los que están seguros del partido por el cual votarían, al mismo tiempo que disminuyó en nueve puntos los que cambiarían de partido a última hora. Pero el dato más relevante es que 12% asegura, a dos semanas de las elecciones, que todavía podía cambiar; esto, aunado al alto porcentaje de los que no contestaron, nos hace ver que los indecisos siguen siendo un segmento significativo.

Análisis Político

En resumen, antes y durante la campaña hubo un solo candidato sobre el cual giraron tanto los temas como las estrategias: López Obrador. Su candidatura sumó apoyos insospechados, más allá de lo que históricamente había conseguido el PRD, pero también concentró en su contra un voto negativo que se fue generando desde los tiempos del desafuero y que se canalizó durante la campaña a través de la propaganda negativa del PAN. La expresión en el sentido de que el perredista es “un peligro para México” sintetiza el voto en contra de López Obrador, y los datos que hemos revisado nos revelan que fue un voto eficaz para colocar a Felipe Calderón con reales posibilidades de ganar la Presidencia, situación que en octubre de 1999 o en enero de 2000 se veía muy lejana. El candidato del centro-derecha supo capitalizar muy bien el voto negativo hacia López Obrador y lo fortaleció aún más.

Como vimos en todos los aspectos que midieron el liderazgo de los candidatos, en seis meses López Obrador fue quien más puntos perdió, lo cual se vio reflejado en una disminución significativa de la intención final de voto. La campaña golpeó la candidatura del PRD y catapultó la del PAN. Bajó los estratosféricos índices de octubre de 1999 de López Obrador y aupó a un político desconocido a la Presidencia. En esta ocasión también hubo intenciones de voto útil, como ya señalamos, en el frente priísta, pero diluido en dos opciones, y no en una como en el año 2000. Además, este voto útil de los priístas no está guiado por un objetivo superior más que aquel que no sea un voto perdedor y es entonces cuando en una segunda intención de voto se han podido sumar al pro o anti López Obrador. El voto negativo o anti López Obrador tiene mucho que ver en la derrota del perredista.

3. Los factores internos

Los factores exógenos al PRD fueron complementados por los errores tanto de su candidato como las debilidades estructurales del partido del sol azteca. El PRD sigue siendo un partido regional. Ganar la Presidencia de la República con una pre-

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

sencia tan minoritaria en muchas partes del país se antoja materialmente imposible. El PRD tenía un buen general, pero carecía de ejército; por ello, la necesidad de crear las redes ciudadanas que tenían la misión de llegar a aquellos lugares y sectores que normalmente no llega el perredismo.

Aún así no fue suficiente. El PRD tuvo votaciones muy bajas en estados clave como Jalisco y Nuevo León. A ello habrá que agregar que el PRD y López Obrador respondieron tarde y mal a la propaganda negativa del PAN y de los empresarios. Por otro lado, el perredista rechazó la alianza que le había planteado Elba Esther Gordillo, no vio necesario pactar o sumar con el partido de Alternativa Socialdemócrata, cuyos votos hubieran sido fundamentales en un eventual triunfo de éste. ¿Por qué no la suma? Por un lado, por no pactar con la "mafiocracia" del SNTE y, por otro, por minimizar a la otra izquierda, la de Patricia Mercado.

Ello ya apunta la principal debilidad de López Obrador: el exceso de confianza y la consabida verdad de que no necesitaban a nadie para ganar. Los excesos verbales también cobraron factura y el electorado vio mal el lenguaje ofensivo hacia Fox y el desprecio al primer debate presidencial. Estos errores internos jugaron también un papel muy importante en la derrota lopezobradorista.

4. Conclusiones

Las elecciones plantean un problema a las oligarquías políticas y económicas cuando en el mercado electoral surge una opción de izquierda con discurso radical y distributivo, pero esencialmente con posibilidades de ganar la elección. Aunque en tiempos del globalismo, globalidad y globalización, para utilizar los conceptos de Beck, la izquierda en el gobierno de las naciones tiene márgenes de actuación bastante acotados, la oligarquía mexicana no quiso jugar el riesgo.

La derecha política y económica del país utilizó las instituciones y cometieron claros delitos electorales para evitar que ganara una opción que, en efecto, era un peligro, pero un peligro para los monopolios, un peligro para los jugosos ne-

Análisis Político

gocios creados durante el neoliberalismo, un peligro para los beneficiarios ilegales del Fobaproa y un peligro para los que hacen negocios al amparo del poder público.

Está claro que el PRD y López Obrador cometieron errores en su campaña que también contribuyeron a alejar a cierto sector de votantes o a inhibir el voto de los indecisos. Pero uno de los factores que particularmente contribuyó para el triunfo de Calderón fue la estrategia del voto negativo que cambia las coordenadas de la contienda. El eslogan primigenio de la campaña del PAN decía "Pasión por México", frase anodina que no llevaba a Calderón a ningún lado. La diferencia fue poner a López Obrador como "un peligro para México" y las estrategias de la guerra sucia dieron en el clavo.

La estrategia del voto negativo fue exitosa para el PAN y Calderón, pero no lo es ni puede serlo para México. Una estrategia de guerra sucia en las campañas dejará, inevitablemente, las condiciones para un mal entendimiento entre los partidos en cuestión. La guerra sucia en las campañas es uno de los principales causantes tanto del conflicto poselectoral como de la imposibilidad posterior de ponerse de acuerdo. La propaganda negativa no deja las condiciones para la cooperación política entre los partidos, y estamos viviendo las consecuencias del voto negativo: encono, trifulca, animadversión, polarización y no cooperación parlamentaria.

Las elecciones de 2006 han mostrado todo aquello que pervierte la lucha por el poder. El mejor camino para salir de la crisis política poselectoral es hacer una cirugía mayor tanto al sistema electoral como al sistema presidencial. Es urgente trabajar un diseño institucional que desincentive el fraude electoral y motive la cooperación política. Por tanto, será indispensable pensar las vías para construir un sistema semi-parlamentario. Es necesario revertir la involución democrática. De no hacerlo pronto, el autoritarismo habrá demostrado que es el único camino que ve cierta clase política para establecer el orden y la estabilidad sociales. ✍

*¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?***Anexo 1**

Encuestas para la elección presidencial del año 2000					
<i>Autoría</i>	<i>Mes</i>	<i>Labastida</i>	<i>Fox</i>	<i>Cárdenas</i>	<i>Otros</i>
<i>Reforma</i>	Noviembre	53.0	33	10	4
<i>El Universal</i>	Noviembre	46.2	33.8	11.7	8.3
GEA	Noviembre	41	38	17	4
Alduncin	Noviembre	46	34	12	8
Mund Opinion	Noviembre	43	39	18	-
Idemerc	Noviembre	39	44	16	-
CEO UdG	Noviembre	47	37	11	4
<i>Milenio</i>	Diciembre	42	38	18	2
<i>El Universal</i>	Diciembre	47	39.2	12.5	1.2
Pearson	Diciembre	47	34	13	6
<i>Reforma</i>	Enero	48	38	12	1
Pulso	Enero	45	41	12	1
Pearson	Enero	50	37	12	1
GAUS	Enero	43	43	14	0
<i>Milenio</i>	Enero	42	41	14	3
GEA	Febrero	37	43	19	1
Equipo Fox	Febrero	42	37.1	13.6	-
<i>El Universal</i>	Febrero	41.8	38.8	15.7	3.7
<i>Reforma</i>	Febrero	39	32	11	1

Fuente: *La Carpeta Púrpura*, año XIII, núm. 310, febrero de 2000.

Anexo 2

Poll of polls flashback: voting intentions for the 2000 presidential election			
<i>Mes</i>	<i>Fox</i>	<i>Labastida</i>	<i>Cárdenas</i>
Noviembre de 1999	35.0	46.8	12.9
Diciembre de 1999	34.4	50.5	13.9
Enero de 2000	39.1	45.1	13.9
Febrero de 2000	40.1	43.3	14.4
Marzo de 2000	40.1	43.1	15.0
Abril de 2000	40.9	42.9	14.3
Mayo de 2000	42.0	40.0	15.0
Junio de 2000	39.0	39.0	19.0

Fuente: *Economic Research*, J. P. Morgan, mayo de 2006.

Análisis Político

Anexo 3

<i>Encuestadora</i>	<i>Mes</i>	<i>Calderón</i>	<i>Madrazo</i>	<i>AMLO</i>	<i>Mercado</i>	<i>Campa</i>
Covarrubias	Octubre	25	26	49		
Demotecnia	Octubre	25	29	39		
<i>Reforma</i>	Noviembre	32	24	33		
Consulta	Noviembre	29	30	35		
<i>El Universal</i>	Noviembre	27	22	42		
Parametría	Noviembre	29	30	38		
Covarrubias	Noviembre	30	20	44		
C. Mitofsky	Enero	31	29	39		
<i>Reforma</i>	Enero	30	26	40	2	2
<i>El Universal</i>	Enero	33	26	40	1	0
Parametría	Enero	30	29	39	1	0
GEA-ISA	Enero	35	29	35		
C. Mitofsky	Febrero	30	28	39	1	1
<i>Reforma</i>	Febrero	28	31	38	2	1
<i>El Universal</i>	Febrero	34	25	39	1	1
Parametría	Febrero	-	-	-	-	-
GEA-ISA	Febrero	32	26	41		
C. Mitofsky	Marzo	31	29	38	1	1
<i>Reforma</i>	Marzo	31	25	41	1	1
<i>El Universal</i>	Marzo	32	24	42	1	1
Parametría	Marzo	29	29	40	1	1
GEA-ISA	Marzo	36	28	34		
C. Mitofsky	Abril	35	27	34	3	1
<i>Reforma</i>	Abril	40	22	33	4	1
<i>El Universal</i>	Abril	34	25	38	2	1
Parametría	Abril	33	28	35	2	2
GEA-ISA	Abril	41	25	31		
C. Mitofsky	Mayo	34	28	34	3	1
<i>Reforma</i>	Mayo	39	22	35	2	1
<i>El Universal</i>	Mayo	39	21	35	4	1
Parametría	Mayo	36	26	34	3	1
GEA-ISA	Mayo	40	27	31		
C. Mitofsky	Junio	32	28	35	4	1
<i>Reforma</i>	Junio	35	23	37	3	1
<i>El Universal</i>	Junio	34	26	36	-	-
Parametría	Junio	33	27	37	3	1
GEA-ISA	Junio	37	24	35		

Fuente: Elaboración propia.

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

Anexo 4

Intención de voto para la elección de diputados						
	<i>Enero</i>	<i>Febrero</i>	<i>Marzo</i>	<i>Abril</i>	<i>Mayo</i>	<i>Junio</i>
PRD	25	23	26	23	22	26
PAN	24	25	24	24	28	23
PRI	23	25	23	22	19	21

Fuente: *El Universal.*

Anexo 5

Independientemente del partido por el cual votará, usted normalmente se considera...						
	<i>Enero</i>	<i>Febrero</i>	<i>Marzo</i>	<i>Abril</i>	<i>Mayo</i>	<i>Junio</i>
Independientes	44	38	48	44	47	51
Priísta	21	24	20	20	17	16
Panista	19	23	16	18	19	18
Perredista	15	14	15	16	15	13

Fuente: *El Universal.*

Anexo 6

Los independientes, votaría por...						
	<i>Enero</i>	<i>Febrero</i>	<i>Marzo</i>	<i>Abril</i>	<i>Mayo</i>	<i>Junio</i>
Andrés M. López Obrador	36	35	40	29	26	29
Felipe Calderón	27	19	22	25	28	25
Roberto Madrazo	14	11	14	10	09	10

Fuente: *El Universal.*

Análisis Político

Anexo 7

Opinión sobre los candidatos. Muy Buena/Buena					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Junio
Felipe Calderón	44	46	43	43	39
Andrés M. López Obrador	46	47	51	40	36
Roberto Madrazo	24	26	29	28	27

Fuente: *El Universal*.

Anexo 8

¿Por cuál nunca votaría?				
	Febrero	Marzo	Abril	Junio
Roberto Madrazo	42	42	35	29
Andrés M. López Obrador	13	12	20	25
Felipe Calderón	9	12	10	14

Fuente: *El Universal*.

Anexo 9

Los que votarían por segunda opción serían... para el mes abril			
	Felipe Calderón	Roberto Madrazo	Andrés M. López Obrador
Andrés M. López Obrador	34	10	-
Felipe Calderón	-	16	23
Roberto Madrazo	27	-	17

Fuente: *El Universal*.

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

Anexo 10

Los que votarían por segunda opción serían... para el mes junio			
	<i>Felipe Calderón</i>	<i>Roberto Madrazo</i>	<i>Andrés M. López Obrador</i>
Andrés M. López Obrador	22	16	-
Felipe Calderón	-	21	15
Roberto Madrazo	29	-	16

Fuente: *El Universal.*

Anexo 11

¿Está usted seguro de votar por el candidato que acaba de elegir o cree que todavía podría cambiar su voto a otro candidato?		
	<i>Enero</i>	<i>Junio</i>
Sí estoy seguro	62	69
Todavía podría cambiar	28	19
No contestó	10	12

Fuente: *El Universal.*

Análisis Político

Bibliografía

Alonso, Jorge. "Las elecciones federales del 2000, consolidación del panismo", en *Revista Espiral*, México, vol. VII, núm. 19, septiembre-diciembre de 2000, pp. 95-126.

Bianco, William T. "Different paths to the same result: rational choice, political psychology, and impression formation in campaigns", en *American Journal of Political Science*, 42, 1998, pp. 1061-1081.

Brettschneider, Frank y Oscar W. Gabriel. "The nonpersonalization of voting behavior in Germany", en Anthony A. King. (ed.). *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*, Oxford, Oxford University Press, 2002, pp. 127-157.

Campos, Roy. "Rumbo al 2006, votos duros y votos potenciales para los principales contendientes", México, Consulta Mitofsky, Documento, 2006.

Casar, Ma. Amparo. "Las elecciones del 2 de Julio y la LVIII Legislatura", México, CIDE, Documento de Trabajo núm. 134, 2000, 27 pp.

Del Castillo, Pilar. *Comportamiento político y electoral*, Madrid, CIS, 1994, 647 pp.

Eisenstadt, Todd. *Courting democracy in Mexico: party strategies and electoral institutions*, Cambridge University Press, 2004, 354 pp.

Evans, Jocelyn. *Voters and Voting*, Londres, Sage Publications, 2004, 219 pp.

Farell, David y Rüdiger Scmitt-Beck. *Do political campaigns matter? Campaign effects in elections and referendums*, Nueva York, Routledge, 2002, 215 pp.

¿Por qué perdió la izquierda lopezobradorista?

Finkel, Steven F. y Peter R. Schrott. "Campaign effects on voter choice in the german election of 1990", en *British Journal of Political Science*, 25, 1995, pp. 349-377.

Fiorina, Morris y Kenneth A. Shepsle. "Is negative voting an artifact?", en *American Journal of Political Science*, vol. 33, núm. 2, 1989 pp. 423-439.

Gant, Michael y Dwight Davis. "Negative voter support in presidential elections", en *The Western Political Quarterly*, vol., 37, núm. 2, 1984, pp. 272-290.

González Rodríguez, Manuel. *Personalidad y política: un estudio sistemático sobre la predicción del voto y la participación electoral*, Torreón, Universidad Autónoma de La Laguna, 2000, 231 pp.

Hillygus, D. Sunshire y Simon Jackman. "Voter decision making in election 2000: campaign effects, partisan activation, and the Clinton legacy", en *American Journal of Political Science*, 47, 2003, pp. 583-596.

Holbrook, Thomas M. *Do campaigns matter?*, Londres, Sage, 1996, caps. 1 (pp. 1-20), 2 (pp. 21-44), 3 (pp. 45-68) y 7 (pp. 153-158).

King, Anthony. "Do leaders' personalities really matter?", en A. King (ed.). *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections*, Oxford, Oxford University Press, 2001, pp. 1-43.

Lago Peñas, Ignacio. *El voto estratégico en las elecciones generales en España (1997-2000)*, Madrid, CIS, 2005, 307 pp.

Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson y Hazle Gaudet. *The people's choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, Nueva York, Columbia University Press [1944], 1968, 3a. ed., caps. VIII (pp. 73-86), IX (pp. 87-93), X (pp. 94-100).

Análisis Político

Mellizo-Soto, María Fernández. "¿Para qué sirven las campañas electorales? Los efectos de la campaña electoral española de 1993", en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 93, 2000, pp. 61-88.

Montero, José Ramón. "La vuelta a las urnas: participación, movilización y abstención", en Juan J. Linz y José Ramón Montero (eds.). *Crisis y cambio: electores y partidos en la España de los años ochenta*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 1986.

Niemi, Richard y Herbert Weisberg (eds.). *Controversies in voting behavior*, Washington, CQPress, 2001, 494 pp.

"Previewing Mexico's July 2 presidential election", en *Economic Research*, J. P. Morgan, mayo, 2006.

Rico, Guillem. *Candidatos y electores. La popularidad de los líderes y su impacto en el comportamiento electoral*, Barcelona, Institut de Ciències Polítiques i Socials, 2002.

Sani, Giacomo y Goldie Shabad. "¿Adversarios o competidores?: la polarización del electorado", en Juan J. Linz y José Ramón Montero (eds.), *op. cit.*, 1986.