

Chachalacas, encuestas y empleo: *breve recuento de la campaña presidencial de 2006*

Fernando Rodríguez Doval



La campaña electoral que se desarrolló en México durante la primera mitad de 2006 para elegir Presidente de la República fue especialmente polémica y estuvo repleta de sucesos y eventos que, a la postre, fueron determinantes en el resultado final, que favoreció al panista Felipe Calderón Hinojosa por un estrecho margen.

La campaña se mostró en todo momento como un proceso dinámico, cambiante, en el que no había nada escrito. Las encuestas que se publicaron a lo largo de la contienda permitieron observar qué temas eran del interés de los ciudadanos, qué estrategias eran exitosas, qué bases electorales se alineaban detrás de cada proyecto y qué variables determinaban la decisión de quienes no se identificaban con ningún partido.

La primera competencia presidencial después de la alternancia demostró que las campañas importan, y que lo que se diga o deje de decir o hacer por parte de los actores políticos puede ser decisivo. De esta manera, el voto refleja no sólo los condicionamientos del ambiente económico, político o social, sino también el ambiente informativo, las campañas y cómo éstas persuaden a los electores de votar por un partido cuando tal vez ya tenían una predisposición favorable hacia otro, o cómo se activan predisposiciones previas favorables a un partido pero que no habían sido suficientemente utilizadas en la campaña.

En este artículo se hará un breve recuento de los principales eventos que se suscitaron durante la campaña presidencial de 2006 en México, y cómo éstos se fueron traduciendo en cambios en las preferencias de los electores.

Cómo llegaron los candidatos a la contienda: los procesos internos

Los tres principales partidos políticos (PAN, PRD y PRI) nominaron a sus candidatos presidenciales durante 2005. Los procesos que siguió cada uno de ellos fueron distintos, y de ahí derivó también la fuerza y el posicionamiento con el que cada candidato comenzó la campaña y las expectativas positivas o negativas que en torno de cada uno de ellos se generaron.

Los métodos que se utilicen para elegir a un candidato no son de menor importancia. Al respecto nos dice el politólogo Alejandro Poiré: “Si un partido logra que su mecanismo de nominación, además de elegir a un candidato atractivo, permite que éste emerja fortalecido por la contienda, logra activar su estructura y organización, puede minimizar las divisiones internas, e incluso beneficiarse de un halo de legitimidad democrática, habrá abonado enormemente a sus expectativas electorales”.¹

Felipe Calderón, el candidato surgido de un exitoso proceso interno

El Partido Acción Nacional utilizó un sofisticado método para elegir a su candidato presidencial, que consistió en la realización de elecciones primarias abiertas a todos sus miembros –tanto activos como adherentes– que se llevaron a cabo en tres etapas regionales, la primera de ellas el 11 de septiembre y la última el 23 de octubre. Tres precandidatos compitieron: Felipe Calderón Hinojosa, Santiago Creel Miranda y Alberto Cárdenas Jiménez.

¹ Alejandro Poiré, “El bueno, el malo y la incógnita. Ensayo sobre las primarias partidarias del 2005”, en Bien Común, no. 132, diciembre de 2005, p. 7.

Felipe Calderón Hinojosa tenía una trayectoria vinculada estrechamente al PAN. Había sido presidente nacional de este partido entre 1996 y 1999, coordinó a los diputados federales panistas durante el primer trienio del expresidente Fox y luego tuvo un paso breve por la dirección del Banco Nacional de Obras (Banobras) y la titularidad de la Secretaría de Energía, a la cual renunció al ser reprendido públicamente por el Presidente Fox después de un acto en Guadalajara en junio de 2004, en el que algunos panistas le propusieron ser candidato presidencial. A partir de entonces, Felipe Calderón se dio a la tarea de construir redes al interior de su partido que le permitieran ampliar su nivel de conocimiento entre la población y la simpatía hacia su postulación.

Santiago Creel Miranda era un panista de reciente adscripción que en 2000 había sido candidato a la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal y tres años antes diputado federal. Fue el Secretario de Gobernación del expresidente Vicente Fox y era el precandidato panista con más nivel de conocimiento entre la población, lo que, aunado a una supuesta preferencia de Los Pinos, hacía suponer a muchos observadores que no tendría problemas para obtener la candidatura presidencial de su partido.

Alberto Cárdenas Jiménez había sido el primer gobernador panista en Jalisco –en 1995– y posteriormente había participado en el gobierno de Fox, primero como titular de la Comisión Nacional Forestal y después como Secretario del Medio Ambiente y Recursos Naturales.

Tras las mencionadas tres rondas de votación, Felipe Calderón venció con alrededor de 52% del total de los votos, mientras que Santiago Creel obtuvo 32% y Alberto Cárdenas 16.5%.²

El exitoso proceso interno del PAN llamó la atención mediática durante los últimos meses de 2005, permitiendo posicionar al partido en la mente de los electores al final de un año que fue especialmente complicado para el PAN, después de las derrotas electorales en el Estado de México y Nayarit en el mes de julio y el desgaste sufrido por el controvertido proceso de desafuero llevado a cabo desde el gobierno federal en contra del entonces jefe de Gobierno del Distrito Federal, Andrés Manuel López Obrador.

Por otro lado, el PAN salió cohesionado y con un candidato, Felipe Calderón, joven, preparado, atractivo electoralmente y que además contaba con una importante área de oportunidad, derivada del todavía bajo nivel de conocimiento que tenía entre la población en general. Esto le permitía tener un gran margen de crecimiento y poder definir qué imagen y qué mensaje quería explotar.

Semanas después de su nominación, Felipe Calderón ya se encontraba muy cerca de Andrés Manuel López Obrador. Una encuesta del periódico Reforma publicada el 21 de noviembre de 2005 mostraba que Calderón estaba sólo un punto porcentual debajo de López Obrador.³

La precandidatura solitaria de López Obrador

Andrés Manuel López Obrador obtuvo la candidatura presidencial del Partido de la Revolución Democrática (PRD) sin mediar proceso interno de por medio, y con la abierta oposición del considerado líder moral de ese partido, Cuauhtémoc Cárdenas.

López Obrador comenzó a perfilar su candidatura presidencial desde que inició su labor al frente del Gobierno del Distrito Federal, en diciembre de 2000. En ese puesto, aplicó un conjunto de políticas efectistas –pensión universal a personas de la tercera edad, construcción de un segundo piso en el Periférico, apoyos a madres solteras– que lo proyectaron a nivel nacional, junto con una muy bien pensada estrategia mediática de confrontación con el gobierno federal, misma que incluía conferencias de prensa diarias a tempranas horas que en muchas ocasiones le permitían fijar la agenda política.

De esta forma, López Obrador comenzó a obtener altísimos niveles de aprobación entre los habitantes del Distrito Federal, quienes en su mayoría lo percibían como un gobernante trabajador, honesto y cercano a la gente más humilde. Sin embargo, políticos opositores y líderes de opinión mostraban su preocupación ante el posible ascenso de un líder mesiánico y populista, que asemejaba en sus actitudes a otros políticos latinoamericanos como Hugo Chávez o Alberto Fujimori.

Al principio de 2005 AMLO tuvo que hacer frente a un proceso de desafuero en su contra, promovido por el gobierno federal por negarse a respetar una orden judicial en torno a un juicio de amparo promovido por el propietario de un predio que había sido expropiado por el gobierno del Distrito Federal. López Obrador supo presentarse ante la opinión pública como la víctima de una maniobra injusta que lo único que pretendía era dejarlo fuera de la contienda presidencial; fue tal la presión social que el gobierno federal se vio obligado a desistir del proceso, dando la impresión de una clara victoria ante la opinión pública del perredista.

López Obrador alcanzó durante 2005 una enorme popularidad, lo que lo catapultó hacia la candidatura presidencial del PRD, a la que también se unirían el Partido del Trabajo y Convergencia, dando origen a la Coalición por el bien de todos. Sin embargo, al interior del PRD existieron sectores, muy minoritarios ciertamente, que no respaldaron las pretensiones de López Obrador. El principal

² Véase Ernesto Núñez y Mayolo López, "Es Calderón gallo del PAN", en Reforma, 24 de octubre de 2005, p. 1.

³ Véase "Se pone bueno. Hay empate", Reforma, 21 de noviembre de 2005.

de ellos fue el encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas, quien hasta el último momento estuvo considerando la posibilidad de lanzar su candidatura por otro partido y que, aunque al final desistió de tal intención, se abstuvo de apoyar públicamente a López Obrador.

Roberto Madrazo, el inevitable candidato del PRI

El PRI fue quizá el partido que salió peor parado y más desgastado de su proceso interno para seleccionar a su candidato presidencial. Roberto Madrazo se impuso a un precio muy alto y en medio de la inconformidad de importantes sectores del priísmo.

Desde que en marzo de 2002 arribó al liderazgo nacional del PRI acompañado de la dirigente magisterial, Elba Esther Gordillo, Roberto Madrazo se propuso ser el candidato presidencial tricolor cuatro años después. Pero en ese camino dejó a una gran cantidad de descontentos, empezando por la propia maestra Gordillo, que fue separada del liderazgo parlamentario priísta por Madrazo después de haber negociado una reforma fiscal con el gobierno foxista en diciembre de 2003.

A principios de 2005, una vez que las aspiraciones presidenciales de Madrazo eran evidentes, se conformó al interior del PRI un grupo denominado “Unidad Democrática” (popularmente conocido como TUCOM, que eran las siglas de “Todos unidos contra Madrazo”) integrado por destacados priístas, como los gobernadores Tomás Yarrington de Tamaulipas, Enrique Martínez de Coahuila, Arturo Montiel del Estado de México, Natividad González de Nuevo León o Manuel Ángel Nuñez Soto de Hidalgo, junto con otros priístas como el senador Enrique Jackson o el diputado gordillista Roberto Campa. Este grupo pretendía hacer frente a la candidatura presidencial de Madrazo y para ello diseñaron un sofisticado método, con base en diversas encuestas, para elegir entre ellos a quien le disputaría la nominación priísta a Roberto Madrazo.

El seleccionado del TUCOM en el mes de junio fue Arturo Montiel, superando por poco margen a Enrique Jackson. Sin embargo, su precandidatura se derrumbó en cuanto aparecieron filtraciones a la prensa –presuntamente alentadas por gente cercana a Madrazo– acerca de la manera poco clara en que Montiel se había hecho de una gran fortuna personal. Montiel se vio obligado a retirarse de la contienda de manera lamentable y Roberto Madrazo se hizo sin mayor problema con la candidatura presidencial del PRI, en medio de severos conflictos internos, descalificaciones y la abierta disidencia de Elba Esther Gordillo, dirigente del sindicato más numeroso de toda América Latina.⁴

Junto con el Partido Verde Ecologista de México, el PRI integró la Alianza por México, con Roberto Madrazo como candidato presidencial.

⁴ Véase Jesús Silva Herzog Márquez, *Espíritu Mafioso*, en *Reforma*, 7 de noviembre de 2005.

Otros partidos

Otros dos candidatos participaron en la contienda presidencial: Roberto Campa, abanderado de Nueva Alianza, y Patricia Mercado, de Alternativa Socialdemócrata y Campesina.

Ambos partidos concurrían por vez primera a unos comicios federales. En el caso de Nueva Alianza, su fuerza mayoritaria provenía del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), con la innegable influencia de Elba Esther Gordillo. Postuló a Roberto Campa en los primeros días de enero, ante la sorpresa generalizada, ya que todo parecía indicar que su candidato iba a ser Jorge Castañeda.

El Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina era la nueva versión de anteriores intentos de un grupo de intelectuales y políticos de izquierda liberal y posmoderna, promotora de temas como el aborto, los derechos de los homosexuales, la legalización de las drogas o la eutanasia.⁵ Su candidata fue Patricia Mercado, antigua luchadora feminista.

Las primeras semanas de la contienda

El 19 de enero arrancó formalmente la campaña presidencial. Las encuestas publicadas en esos momentos mostraban los siguientes datos:

Tabla 1
Algunas encuestas al inicio de la campaña presidencial de 2006

	Reforma	Consulta Mitofsky	Parametría	EI Universal	GEA – ISA
Andrés Manuel López Obrador	40	39	39	40	35
Felipe Calderón	30	31	30	33	35
Roberto Madrazo	26	29	29	26	29
Otros	4	1	2	1	1
Fin del levantamiento	15 de enero	16 de enero	18 de enero	23 de enero	23 de enero

Fuente: Poll of polls de 2006, compilado por Fernando Rodríguez Doval y Claudio Jones Tamayo, con base en información publicada en esas fechas.

Como se puede apreciar, al inicio de la contienda el claro favorito era Andrés Manuel López Obrador. La “tregua” impuesta por el IFE durante el mes de diciembre de 2005 y los primeros días de enero de 2006 –tiempo en que no se permitió hacer campaña– afectó al panista Felipe Calderón, quien vio súbitamente interrumpido su vertiginoso ascenso, y supuso un respiro para el priísta Roberto Madrazo, quien pudo recomponerse y repensar su estrategia.

El mensaje de López Obrador era claramente de carácter social. Su lema “Primero los pobres” reflejaba un añejo anhelo de justicia entre las clases más desfavorecidas del país. A partir de esa base social popular y el apoyo de

⁵ Este mismo grupo estuvo detrás del Partido de la Democracia Social en 2000, y de México Posible en 2003.

un segmento de las clases medias, AMLO esperaba ser no sólo mayoritario sino tener la fuerza política suficiente para vender la idea de un nuevo consenso político-social para el país.

En el caso de Felipe Calderón, su arranque de campaña fue más débil de lo esperado. Su lema inicial, “Valor y pasión por México”, no comunicaban un mensaje claro, y el candidato se mostraba menos innovador y creativo que durante el proceso interno del PAN. Conforme pasaban las semanas de enero y febrero, y al ver que el candidato no remontaba en las encuestas, se llegó a la conclusión al interior de su equipo de que hacía falta un cambio drástico de estrategia.⁶

Roberto Madrazo, por su parte, comenzó la campaña siendo el candidato con rasgos más negativos en la percepción de la gente; su imagen era la de un hombre poco confiable y proclive a la corrupción. Ante esto, el candidato intentó explotar la idea de la efectividad política. “Roberto sí puede” era su lema al inicio de la campaña, presentándose como un hombre pragmático y eficaz a fin de obtener un segmento del voto útil y apostarle todo a la maquinaria y a la estructura priísta.

Así las cosas, al inicio de la campaña Andrés Manuel López Obrador se perfilaba como el más probable ganador. Su ventaja, aun cuando distaba de ser holgada, sí era cómoda y podía mantenerse con una estrategia defensiva y que le apostara a no cometer errores.

Errores de López Obrador y cambio en la estrategia de Calderón

Gran parte del éxito mediático de López Obrador se había debido, a lo largo de los años, a la alimentación que había hecho de su imagen a través de conflictos con otros actores políticos en los que él siempre resultaba vencedor. Sin embargo, en su propia fortaleza se encontraba su potencial debilidad: existía el riesgo de que no saliera airoso de cada nueva pugna pública que emprendiera, ya que en el margen, cada episodio en el que AMLO pretendiera posicionarse ante la opinión pública era más riesgoso y más costoso para su campaña.

A finales de febrero y principios de marzo, López Obrador confrontó públicamente al presidente Fox, al que acusaba de intervenir en la campaña con declaraciones a favor de la continuidad. En efecto, Vicente Fox aprovechó algunas apariciones públicas para defender su proyecto de gobierno, al mismo tiempo que una intensa propaganda gubernamental hablaba de los logros del gobierno federal. Esto llevó al candidato de la Coalición por el bien de todos a agredir verbalmente a Fox, espetándole durante un mitin una frase

que se haría célebre: “¡cállate chachalaca!”.⁷

López Obrador no tomó en cuenta que Vicente Fox era un presidente muy bien evaluado por los electores. A esas alturas de la contienda, la actuación de Fox como presidente de México era aprobada por 64% de los mexicanos, la segunda cifra más alta en su mandato, después de los altos niveles que tenía a inicios de 2001 en plena “luna de miel” con los ciudadanos.⁸

Simultáneamente, el equipo de campaña de Felipe Calderón hizo un cambio de estrategia muy notorio. Comenzó una agresiva campaña de contraste mostrando a López Obrador como un candidato iracundo, irrespetuoso, al que incluso se le comparó con el presidente venezolano Hugo Chávez; asimismo, se enfatizó el riesgo que suponía la propuesta económica del perredista, la cual llevaría al país a una crisis financiera.

Felipe Calderón se adueñó del tema económico y llevó hacia allá la discusión, al presentarse como el candidato de la estabilidad y el que podía crear empleos atrayendo la inversión.

Mientras Andrés Manuel López Obrador quería llevar la discusión al terreno de la lucha de clases y de discurso sobre la pobreza, los analistas del equipo de Calderón planteaban crear su propia cancha, una que planteara que el bienestar de la mayoría de los mexicanos sería posible sólo si se generaban empleos.⁹

Diversos spots salieron al aire por parte del equipo panista mostrando a López Obrador como alguien que podía terminar con la estabilidad económica merced a sus propuestas populistas y de difícil viabilidad. Estos anuncios remataban con una frase a la que le sobraba contundencia: “López Obrador, un peligro para México”, mensaje que tuvo un enorme impacto entre los electores antes de que el Instituto Federal Electoral (IFE) obligara al PAN a retirarla de su publicidad el 19 de abril.

López Obrador no supo cómo responder a los ataques y mantuvo una estrategia errática con errores muy costosos, como el no acudir al primer debate entre los candidatos presidenciales, llevado a cabo el 25 de abril. En ese debate quedó de manifiesto la debacle de Roberto Madrazo y la consolidación de Felipe Calderón, el cual desde finales de marzo venía experimentando un gran ascenso en las encuestas.

⁷ Véase Mayolo López, “Llama chachalaca mayora perredista al Presidente”, en Reforma, 11 de marzo de 2006. Las chachalacas son aves galliformes y especialmente escandalosas.

⁸ Alejandro Moreno y María Antonia Mancillas, “Afianza Fox popularidad”, en Reforma, 1 de marzo de 2006.

⁹ Camarena y Zepeda, Op. Cit., p. 111.

⁶ Véase Salvador Camarena y Jorge Zepeda Patterson, El Presidente Electo. Instructivo para sobrevivir a Calderón y su equipo, México: Planeta, 2007, capítulo 3.

Tabla 2
Algunas encuestas levantadas en abril y mayo de 2006

	Reforma	Consulta Mitofsky	Parametría	El Universal	Ulises Beltrán
Felipe Calderón	40	35	36	39	37
Andrés Manuel López Obrador	33	34	34	35	32
Roberto Madrazo	27	27	26	21	27
Otros	---	4	4	5	4
Fin del levantamiento	30 de abril	2 de mayo	8 de mayo	8 de mayo	3 de mayo

Fuente: Poll of polls de 2006, compilado por Fernando Rodríguez Doval y Claudio Jones Tamayo, con base en información publicada en esas fechas.

El primer debate supone un importante punto de inflexión en la campaña presidencial de 2006. La evidencia de todas las encuestas hace que AMLO comience a invertir muchísimos recursos en medios electrónicos –algo que casi no había hecho en más de tres meses de campaña– y emprenda su propia campaña negativa contra Felipe Calderón, al que primeramente presenta como uno de los responsables del Fobaproa, el rescate bancario llevado a cabo en 1998 cuando Calderón era el líder nacional del PAN.

López Obrador cuadruplicó su gasto en medios durante el mes de mayo. Esto le permitió recuperar algunos puntos y mantenerse en la contienda, pero no en la proporción del gasto que erogó. Además, el candidato perredista pretendió ingresar al terreno económico a través de una propuesta para subsidiar directamente a quienes ganaran menos de \$9,000 al mes, a lo cual Calderón respondió advirtiéndole sobre el riesgo de endeudamiento. A estas alturas ya quedaba claro que la contienda era entre dos.

La parte final de la campaña, la elección y la batalla poselectoral

El 6 de junio, a poco menos de un mes de la elección, se llevó a cabo el segundo debate, que en esta ocasión sí contó con la presencia de todos los candidatos. Lo que pasará a la historia de aquel debate fue la acusación que Andrés Manuel López Obrador hizo a Felipe Calderón acerca de su cuñado, Diego Zavala, quien supuestamente no habría pagado impuestos y se habría beneficiado por contratos por 2,500 millones de pesos de la Secretaría de Energía cuando Calderón era el titular.

Los perredistas jamás pudieron probar la acusación que hicieron contra el cuñado del candidato del PAN, pero ciertamente el asunto tomó por sorpresa al equipo panista, el cual titubeó en cómo responder de la mejor manera. Las encuestas se volvieron a cerrar, si bien es cierto que el efecto marginal no fue demasiado alto por la sobresaturación de mensajes negativos a la que había sido expuesto el elector después de cinco meses de campaña. A pesar de eso, nuevamente López Obrador tenía posibilidades de ganar.

Importantes sectores de la sociedad civil y de la iniciativa privada comenzaron a mostrar preocupación ante un eventual triunfo del candidato perredista, a quien no percibían como plenamente comprometido con el sistema democrático, con las instituciones del país y con las políticas económicas que habían permitido gozar de estabilidad. El Consejo Coordinador Empresarial promovió anuncios en los medios electrónicos en los que enfatizaba la necesidad de mantener la estabilidad económica, lo cual fue interpretado por algunas voces como un apoyo implícito a Felipe Calderón y una forma de denuedo a López Obrador. Las últimas encuestas publicadas mostraban lo siguiente:

Tabla 3
Últimas encuestas publicadas

	Reforma	GEA –ISA	Consulta Mitofsky	Parametría	El Universal	Ulises Beltrán
Felipe Calderón	34	41	33	32.5	34	34
Andrés Manuel López Obrador	36	36	36	36.5	36	34
Roberto Madrazo	25	21	27	27	26	26
Otros	4	2	4	4	4	6
Fin del levantamiento	19 de junio	18 de junio	19 de junio	18 de junio	19 de junio	19 de junio

Fuente: Poll of polls de 2006, compilado por Fernando Rodríguez Doval y Claudio Jones Tamayo, con base en información publicada en esas fechas.

En las encuestas llamaba la atención el inusitado bajo partidismo de los ciudadanos y el incremento de los independientes. Todas coincidían, asimismo, con que se llegaría al día de la elección en un empate técnico, por lo que se preveía una elección sumamente cerrada.

El día de la elección transcurrió con relativa normalidad. Sin embargo, lo cerrado de la contienda hizo que Luis Carlos Ugalde, el presidente del IFE, se negara a dar ganador esa misma noche, por lo que tanto Felipe Calderón como López Obrador se declararon vencedores. El siguiente miércoles concluyó el cómputo de los conteos distritales, los cuales mostraban los siguientes resultados:

Tabla 4
Resultados del conteo distrital de la elección presidencial

	Votos	Porcentaje
Felipe Calderón	15,000,284	35.89 %
Andrés Manuel López Obrador	14,756,350	35.31 %
Roberto Madrazo	9,301,441	22.26 %
Patricia Mercado	1,128,850	2.70 %
Roberto Campa	401,804	0.96 %
No registrados	297,989	0.71 %
Nulos	904,604	2.16 %
Porcentaje de participación	58.55 %	

Fuente: Instituto Federal Electoral

Los resultados arriba mencionados sufrieron pequeñas variaciones después de las impugnaciones ante el Tribunal Federal del Poder Judicial de la Federación.

En la pista legislativa, el PAN se consolidó como la primera minoría, siendo la fuerza política con los grupos parlamentarios más numerosos en la Cámara de Diputados y en el Senado, mientras que para el PRI y el PRD fueron enormemente costosas sus alianzas con otros partidos, a los cuales les tuvieron que repartir un gran número de escaños en el Congreso.

Andrés Manuel López Obrador no aceptó los resultados de la elección alegando la existencia de un fraude electoral e inició una virulenta resistencia poselectoral, que incluyó el bloqueo de Avenida Reforma y las principales calles y el Zócalo del centro histórico de la ciudad de México durante varias semanas. Él y sus seguidores pedían que se llevara a cabo un segundo conteo “voto por voto” y “casilla por casilla”; finalmente, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación resolvió abrir sólo una fracción del total de las casillas –alrededor de 9%–, que no cambiaron el sentido de la elección y fueron congruentes con los resultados preliminares y los aparecidos en actas.

Los recursos de inconformidad presentados por la Coalición por el bien de todos fueron desechados por el Tribunal, al no comprobar la existencia de irregularidades de importancia que pudieran haber alterado el resultado de la elección. De esta manera, el 5 de septiembre Felipe Calderón Hinojosa fue declarado presidente electo de México, y tomaría posesión el 1 de diciembre, en medio de golpes y silbidos de los diputados perredistas.

Conclusiones. Las elecciones que confirmaron la fortaleza de nuestras instituciones

No hay duda que las campañas electorales de 2006 tuvieron grandes efectos en las preferencias de los electores, las cuales fueron variando durante los meses de la contienda. Una campaña exitosa y bien planeada, como la de Felipe Calderón, se impuso a una campaña errática y mal organizada, como la de Andrés Manuel López Obrador.

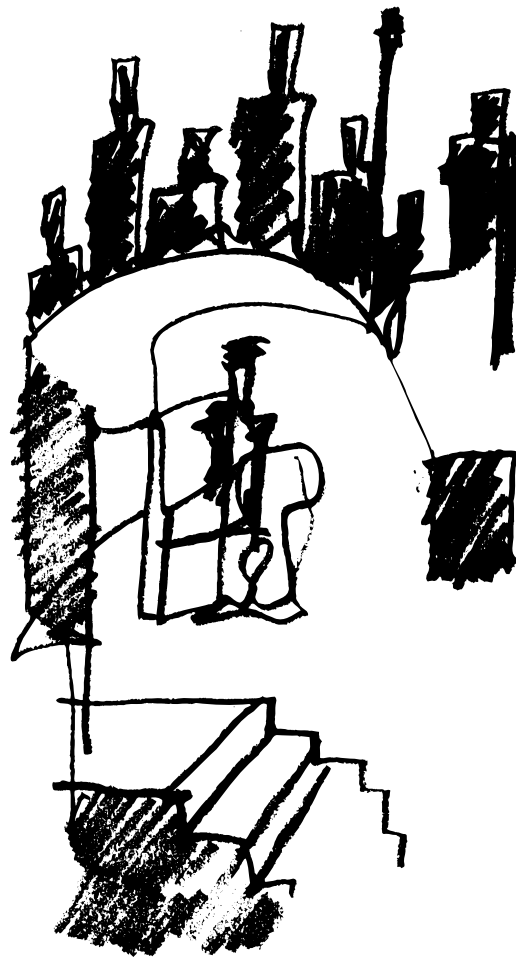
Las campañas de contraste fueron fundamentales para proporcionar al elector información poco conocida sobre los candidatos, y gracias a ellas tuvo más elementos para emitir un voto razonado. Una contienda que originalmente parecía tripartita terminó siendo entre dos debido al colapso de la campaña de Roberto Madrazo, que llevó al PRI al peor resultado de su historia.

El tema económico parece haber sido determinante. Felipe Calderón tuvo el gran mérito de posicionarse durante la campaña como el candidato de la estabilidad económica, el desarrollo, la creación de empleos y la inversión.

Entró con éxito en un terreno en donde López Obrador

era claramente vulnerable, debido a que detrás de la proclama de “Primero los pobres” no se encontraba un programa económico consistente y viable y sí muchas dudas acerca de las consecuencias que sus audaces propuestas podrían traer consigo en el mediano y largo plazo. López Obrador, en efecto, fue considerado por muchos ciudadanos como un peligro para la estabilidad económica trabajosamente lograda en los últimos diez años; había razones objetivas para que el voto económico fuera fundamental.¹⁰

Algo que quedó claro en el proceso electoral del año pasado es que las instituciones encargadas de organizar y validar el proceso, como el IFE y el TEPJF, tenían la capacidad para procesar las múltiples demandas que se produjeron en un proceso tan controvertido y conflictivo. Nuestras instituciones, a pesar de las muchas imperfecciones que todavía muestran, están preparadas para la democracia. Las apelaciones extra institucionales y proclives al golpismo no parecen tener probabilidades de éxito en el México moderno y democrático que se está consolidando. ■



¹⁰ Un magnífico estudio sobre el voto económico y las nuevas coaliciones que se están configurando detrás de los partidos es: Alejandro Moreno, “The 2006 Mexican Presidential Election: the Economy, Oil Revenues, and Ideology” en PS: Political Science and Politics, American Political Science Association, Enero 2007, pp. 15 – 19.