

Estrategias y Tácticas en las precampañas presidenciales en México, rumbo al 2006

Andrés Valdez Zepeda*

1. Introducción

Como parte del proceso de desarrollo de la democracia electoral mexicana, se han institucionalizado diversas prácticas políticas al interior de los partidos, que anteriormente eran atípicas, con el fin de nominar, bajo métodos democráticos, a su candidato para contender por la Presidencia de la República, mediante procesos denominados elecciones internas o *primarias*. Estos procesos forman parte de la nueva realidad política que viven las instituciones partidistas y representan todo un reto organizativo y estratégico para los partidos políticos y sus actuales dirigentes, operacionalizado a través de lo que se conoce como pre-campañas.

Estas pre-campañas, de hecho, son procesos de búsqueda de legitimación social y de construcción de ventajas competitivas que impulsan los partidos políticos en su incesante lucha por la construcción de mayorías electorales estables y por ganar posiciones de representación pública dentro de todo Estado democrático de derecho.

La influencia que una pre-campaña puede representar en el resultado de la elección constitucional, puede ser determinante, ya que una precampaña y una elección interna “bien cuidada,” generan ventajas para un partido político o candidato, mientras que una elección interna caótica, muy polarizada y con un alto nivel de conflictividad interna puede concluir en rupturas y divisiones mayores que pueden minar la posibilidad de éxito del partido y/o candidato en una elección constitucional. Por ello, es muy importante que las instituciones partidistas, no sólo profundicen y mejoren su democracia interna, sino, sobre todo, tengan cuidado que dichos procesos no devengan en confrontaciones estériles, ni en divisiones, escándalos y rupturas políticas mayores.

2. Estrategias de pre-campaña

La política, en gran medida, tiene que ver con organización y propaganda. Organización para movilizar a los electores política y emocionalmente el día de los comicios y propaganda para poder persuadirlos de que “la suya” es la mejor opción partidista. La política, también, es esencialmente estrategia, de tal forma que un político exitoso no sólo es un buen estratega con visión de futuro, sino uno que tiene, construye y reelabora diferentes estrategias para alcanzar sus objetivos programáticos.

Las estrategias son definidas como las acciones inteligentes desarrolladas por una organización con el objetivo de superar a los adversarios. Son formas creativas de lograr ventajas competitivas y así alcanzar el liderazgo. En la política, la estrategia puede determinar el éxito o el fracaso de una elección. Por ejemplo, una pre-campaña sin estrategias o, con estrategias inadecuadas o desarticuladas, seguramente será una perdedora. Por el contrario, una pre-campaña con estrategias adecuadas, será, ciertamente, una ganadora.

A continuación, se describen los elementos más visibles de las estrategias de los partidos políticos en México de cara a la elección presidencial del año 2006, así como de los diversos precandidatos, quienes buscan la nominación de su partido para contender por la máxima magistratura política de la nación.

2. Las Estrategia Partidistas

Las estrategias consiste de un conjunto vinculado y coherente de parámetros de acción que buscando minimizar esfuerzos y optimizar resultados, conduzcan las acciones partidarias al triunfo.¹⁹ De acuerdo a Tony Schwartz, la estrategia adecuada permite tocar las teclas correctas para tocar el “acorde comprensivo”, el mensaje que mueve al votante. Las estrategias incluyen el aprovechamiento de oportunidades y fortalezas de la propia campaña, partido (s) y candidato (s), así como, las debilidades y amenazas de los adversarios, minimizando los riesgos, obstáculos y las fuerzas de los contrincantes.

¹⁹ Véase Alejandro E. Lerma Kirchner, *Como Organizar una Campaña Política*, México: EDAMEX, 1995.

a. La estrategia del PAN

La estrategia del PAN está centrada en cinco principios rectores. Primero, realizar un cuidadoso proceso de selección de su candidato presidencial evitando las rupturas y descalificaciones mayores entre los contendientes. Su ex dirigente, Luis Felipe Bravo Mena, lo dijo claramente, “no hay que estirar demasiado la liga, porque puede reventarse y a todos nos afecta.”

Segundo, postular a un candidato que asegure una alta rentabilidad electoral, para dar continuidad al actual ejercicio de gobierno, evitando polarizar al interior del partido. Esto es, “vender” la idea de que quien resulte ganador del proceso interno es el candidato idóneo del partido (el mejor), capaz de asegurar la continuidad del proyecto y buen ejercicio de gobierno panista y quien asegura la unidad no sólo partidista sino el consenso más importante que es la unidad nacional.

Tercero, realizar una campaña de información coordinada entre gobierno y partido en el que se resalten los logros del gobierno foxista,²⁰ que si los ha habido, pero que también se culpe a la oposición de irresponsable, dejando caer sobre sus hombros la imposibilidad de cumplir con las promesas de campaña. Es decir, aceptar que en algunos casos “Fox no cumplió con los cambios prometidos, pero esto no fue culpa del presidente sino de la oposición, principalmente de los priístas y perredistas, quienes siempre se han opuesto a las reformas estructurales y el avance de México.”

El cuarto principio rector de la estrategia del PAN consiste en construir una estructura territorial capaz de competir con la maquinaria política del PRI, que sirva no sólo para las acciones de proselitismo y persuasión política, sino, sobre todo, para movilizar a los votantes el día de los comicios.

Finalmente, la estrategia del PAN es evitar que Andrés Manuel López Obrador (AMLO), a quienes consideran un rival importante a vencer, pueda ser candidato a la presidencia de la república, por lo que han impulsado y se han manifestado insistentemente a favor de su desafuero argumentando el incumplimiento del estado de derecho, al desacatar un amparo otorgado por un juez federal en el caso de la ejecución de una obra pública realizado en el predio El Encino.

b. La estrategia del PRI

El PRI le apuesta al desafuero de AMLO y al desgaste del PAN como partido gobernante, generado a partir de un deficiente ejercicio de gobierno y una incapacidad para generar resultados concretos que se reflejen en beneficios tangibles para la ciudadanía. En este sentido, el manejo y explotación de la desilusión de los mexicanos por los pobres resultados del gobierno foxista y el incumplimiento de la mayoría de las promesas de campaña hechas en el año 2000 son activos políticos que está utilizando inteligentemente el PRI para recuperar la confianza de los votantes. De hecho, hay en este partido la sensación y el olfato de que es posible regresar a Los Pinos en el 2006, siempre y cuando, el partido salga unido del proceso de elección de su candidato a la presidencia y que postule a un candidato carismático, con una buena imagen pública y un alto posicionamiento social.

Sin embargo, no existe una sola estrategia en el PRI para recuperar la presidencia, ya que por un lado, la directiva nacional encabezada por Roberto Madrazo Pintado, busca la candidatura a la presidencia de la república, enarbolando el discurso de la unidad partidista y la posibilidad de establecer alianzas con otras fuerzas políticas como el PVEM, pero, por el otro, trata de deshacerse de su anterior aliada, la todavía secretaria general del PRI (Elba Esther Gordillo), cabeza de un grupo de priístas “disidentes,” lo que políticamente representa una ruptura que contradice el discurso de unidad..

Además, el grupo de gobernadores agrupados en torno al TUCOM hablan de la necesidad de democratizar realmente al partido y realizar elecciones internas bajo principios de equidad en la contienda, que no se garantiza mientras Madrazo sea el presidente del partido y, a la vez, precandidato presidencial, quien, a su juicio, está utilizando la estructura y recursos del partido para avanzar su agenda personal.

c. La estrategia del PRD

²⁰ Su nuevo líder nacional lo ha dicho metafóricamente de la siguiente manera: Hay que ponernos la camiseta del PAN y las botas de Fox para sacar adelante la elección del 2006.

El PRD le apuesta a los cambios políticos que se han producido en la esfera internacional y en la que la izquierda latinoamericana se ha repositionado ya no sólo como una fuerza electoral importante, sino como una opción real de gobierno, como pasa en Argentina, Brasil, Venezuela, Chile, Panamá, Bolivia, Uruguay y Ecuador. Es decir, su estrategia parte por reconocer que éste es el mejor momento para que un partido de izquierda asuma la presidencia de la república en México, ante el desencanto de la población con los partidos conservadores y derechistas, impulsores de las políticas neoliberales que han dejado más pobreza e indignancias en el país.

Parte de su estrategia consiste en aprovechar la alta popularidad y el carisma del Jefe de Gobierno del Distrito Federal (AMLO) para postularlo como su abanderado presidencial y montarse, incluso, en el juicio de desafuero y los ataques del foxismo para lograr una mayor simpatía ciudadana y apoyos electorales en torno a su causa. Además, la estrategia del PRD incluye “montar” una oposición al Jefe de Gobierno, materializada con la participación de Cuahutémoc Cárdenas como precandidato presidencial, que, por un lado, dé la idea hacia el exterior del partido sobre la existencia de un proceso de postulación competido, que le dote de legitimidad a su candidatura y, por el otro, trate de reducirle los ataques y presiones de que es objeto AMLO constantemente debido a su alta popularidad. Finalmente, su estrategia incluye no sólo permitir sino incluso impulsar la participación de la sociedad civil a través de organizaciones sociales, movimientos y redes ciudadanas apartidistas como estructura complementaria al partido para apoyar la candidatura de AMLO.

d. La estrategia de los otros partidos

La estrategia de los partidos denominados “chicos,” como es el caso del PVEM, el PT y Convergencia, está centrada básicamente en buscar alianzas con otros partidos que les permitan, por un lado, el conservar el registro ante el IFE y así poder recibir el financiamiento público que les asegure su sobrevivencia y, por el otro, el obtener ciertos espacios de representación tanto en el senado de la república como en la cámara de diputados. En el caso del partido Convergencia, sus dirigentes están analizando la posibilidad de apoyar a Jorge Castañeda como su candidato presidencial, siempre y cuando les asegure un porcentaje mínimo de votos que les garantice la conservación de su registro y algunas cédulas en el Congreso de la Unión.

3. Las estrategias de los pre-candidatos

Adicionalmente a la estrategia de los partidos, cada uno de los pre-candidatos a la presidencia de la república, también, ha articulado una serie de estrategias que le permita poder incrementar sus ventajas respecto de sus opositores y alcanzar sus objetivos políticos. A continuación, se describe lo más visible de las estrategias de los diferentes aspirantes a la máxima magistratura del país.

a. La estrategia de los azules

La estrategia central de Santiago Creel Miranda está orientada a convencer al panismo nacional que él es la única alternativa, en el momento, con la que cuenta el partido capaz de asegurar una alta rentabilidad electoral y con mejores posibilidades para contender y asegurar ganar la elección presidencial. De hecho, la idea que trata de “vender” es que su nominación representa una “garantía de futuro” para el panismo nacional y las posibilidades de continuar con el “cambio político en México.”

Adicionalmente, Santiago Creel ha iniciado con la construcción de una corriente y estructura política impulsora de su candidatura, que le permita la movilización de consejeros-votantes en la convención nacional panista, por lo que ha realizado una serie de visitas, acuerdos y encuentros con los panistas de diferentes regiones del país. Paralelamente, ha intensificado sus giras como Secretario de Gobernación, asegurando siempre una alta cobertura y visibilidad mediática, lo que no han tenido los otros precandidatos panistas. Su idea es seguir tejiendo su candidatura a partir de su “privilegiada” posición en el gobierno y el apoyo de la nueva directiva del panismo nacional. Adicionalmente, su estrategia, que lo diferencia de los demás, contempla la propuesta de que el candidato del PAN sea electo no sólo por los panistas, sino que se permita la participación de la sociedad en su conjunto a través de un procedimiento democrático.

La estrategia de Felipe Calderón Hinojosa consiste en apostarle al panismo tradicional y doctrinario, explotando su pedigrí y sus antecedentes de ajeo militante panista, cuyo raigambre proceden desde sus progenitores. Su estrategia contempla además, el explotar el sentimiento habitual de rechazo de los

panistas al oficialismo, presentando a su principal contrincante (Santiago Creel) como el “candidato oficial” del foxismo. Esto es, Felipe Calderón trata de aglutinar a los panistas inconformes y resentidos con el actual gobierno de Vicente Fox, quienes no han encontrado lugar en la administración pública federal o quienes creen que el gobierno foxista no representa verdaderamente los principios e ideas de los panistas.

Por su parte, la estrategia de Alberto Cárdenas Jiménez está centrada en aglutinar los grupos inconformes con el foxismo, entre los que se encuentran los que encabezan los otros precandidatos. Es decir, Cárdenas le apuesta a sumar el apoyo de los otros contendientes críticos del foxismo. La idea central es que Cárdenas Jiménez pueda consensar entre las corrientes tanto tradicionales como neopanistas que consideran que Santiago Creel no tiene el merecimiento ni la experiencia necesaria para ser el candidato del panismo, además de tratar de explotar sus logros como ex gobernador de Jalisco y funcionario del gobierno federal. Su estrategia incluye el explotar su honestidad, su trayectoria y su carisma como gobernante sencillo y cercano a la gente; lograr una mayor visibilidad mediática desde la SEMARNAT y construir una red de relaciones y amigos que impulsen su precampaña rumbo a Los Pinos.

Finalmente, la estrategia de Francisco Barrio está centrada en atacar a quien considera su principal adversario, Santiago Creel Miranda, acusándolo de usar su embestidura como Secretario de Gobernación para lograr ventajas mediáticas y hacer creer a los panistas que es la mejor opción con la que cuentan. Su apuesta incluye el poder consensar el apoyo de los panistas tradicionales y de los neopanistas, explotando su experiencia como gobernador, secretario de Estado y coordinador parlamentario.

b. El operativo en el tricolor

En el terreno priísta, Roberto Madrazo trata, porfiadamente, de lograr su postulación a la máxima magistratura del país a partir de las ventajas que le genera el presidir el partido de oposición más poderoso de México, huérfano de la tutela del otrora poder presidencial. De hecho, su objetivo y esfuerzo principal desde que asumió la dirección del tricolor ha consistido en tejer una red de relaciones, componendas y compromisos en torno a su proyecto personal. Su estrategia, además, contempla entregar “buenas cuentas” de su desempeño como dirigente nacional, apostándole a ganar la mayoría de las elecciones locales previas a la gran justa electoral del 2006. De hecho, Madrazo lo ha dicho con toda claridad “si no hay 2004 (y 2005), no hay 2006,” queriendo decir que su futuro político y la del partido depende de los resultados que se obtengan en las elecciones locales previas a la elección presidencial.

Por su parte, el senador Enrique Jackson, uno de sus principales opositores, le apuesta al desgaste y a la antipatía que la figura de Madrazo genera no sólo entre muchos militantes y simpatizantes priístas, sino en la sociedad en general, ya que se le identifica como un político de la vieja guardia del partido, representante de las peores políticas del pasado. Su estrategia contempla, además, el hacer bloque con varios gobernadores del PRI, aglutinados en torno a los que se conoce como el TUCOM, que también aspiran (algunos) a la candidatura como Arturo Montiel, Manuel Ángel Núñez Soto, Enrique Martínez y Tomás Yarrington, entre otros, ya que consideran que Madrazo está utilizando ventajosamente la estructura y recursos del partido para su beneficio personal. Su estrategia incluye, también, los recorridos por las principales ciudades del país, la construcción de una estructura electoral de apoyo y su presencia en los medios de comunicación.

c. La movilización de los Amarillos

En la “cancha” perredista, la estrategia de AMLO se centra en cuatro principios básicos. Primero, montarse sobre la idea de la “campaña permanente,” que consiste en hacer política electoral no sólo en tiempos oficializados por la autoridad competente, sino permanentemente desde las seis de la mañana, definiendo o incidiendo diariamente sobre la agenda del debate público y logrando una alta visibilidad mediática a nivel nacional. Segundo, centrar su popularidad en un ejercicio gubernamental que apuesta por los pobres, realiza obra pública trascendente e impone principios de austeridad en el gobierno. Tercero, presentarse como la “víctima” de un complot foxista-salinista fraguado desde las altas esferas del poder gubernamental, así como de una obsesión de la derecha por impedir que llegue a Los Pinos y atente contra sus intereses, llamando a la movilización y a la protesta. Cuarto, impulsar la creación de una estructura paralela al PRD, centrada en el constructo de la “sociedad civil,” que sirva de soporte de su campaña y ayude a la movilización de los votantes el día de los comicios electorales.

Por su parte, Cuahutémoc Cárdenas Solórzano básicamente le apuesta a la caída de AMLO y su posible inhabilitación para poder contender para la presidencia de la república, apostándole, además, a su autoridad como líder histórico y “moral” del perredismo. Sin embargo, Cárdenas cuenta, hoy día, con pocas posibilidades para salir victorioso de un proceso interno que pueda superar la alta popularidad del Jefe de Gobierno de la ciudad de México.

d. El candidato “ciudadano”

El güero Castañeda le apuesta al hartazgo de los mexicanos con la política y los partidos tradicionales, montando su precampaña sobre la idea de la candidatura independiente y ciudadana. Su estrategia incluye el crear una estructura electoral que sustente su nueva aventura política, buscar fondos para financiar su campaña y un partido que lo postule, recorrer el país con las ideas del cambio y reforzar su campaña mediática para lograr cierto posicionamiento político. En cierta medida, la idea rectora que sustenta la estrategia de Castañeda es hacer política, apostándole a un discurso antipolítico.

4. Comentarios finales

Como decía Napoleón, tanto en la guerra como en la política, todo es cuestión de estrategia. Las precampañas electorales se ganan o se pierden a nivel estratégico y táctico. La batalla por conquistar a los electores se está volviendo más intensa, de forma tal que las formaciones partidistas y, en lo particular, los candidatos están buscando estrategias y aplicaciones tácticas que les generen ventajas comparativas respecto de sus adversarios con el fin de ganar las nominaciones y candidaturas, ya que, en gran medida, el éxito o fracaso de una pre-campaña se determina en términos de la estrategia que utiliza.

Es decir, la calidad, pertinencia y oportunidad de la estrategia usada define si la contienda se gana o se pierde, pero las estrategias tienen que estar articuladas. Esto es, también una pre-campaña con estrategias desarticuladas es una que fracasa. La estrategia es el plano general, un conjunto de pautas de acción que permite a la pre-campaña alcanzar los objetivos que se ha trazado.

Estas precampañas y su desenlace, muy seguramente, tendrán un impacto e influencia directa sobre las elecciones constitucionales programadas para julio del 2006. Esta influencia puede ser de cuatro tipos. Primero, en toda sociedad democrática una elección interna dota o reduce (si es impuesto verticalmente) de legitimidad a los candidatos postulados. Esto es, un candidato electo democráticamente, tiene mayor legitimidad política, que uno que fue impuesto por las cúpulas partidistas, muchas veces en contra de la voluntad de los militantes y simpatizantes del partido. Segundo, las precampañas pueden generar una división interna en el partido y una alta desmotivación de una parte importante del electorado, lo que puede reducir las posibilidades de éxito de la campaña constitucional. Tercero, las precampañas logran una mayor visibilidad social y un mejor posicionamiento político tanto del partido como del precandidato vencedor, lo que puede repercutir favorablemente en el resultado de la elección constitucional. Finalmente, las precampañas dinamizan a los partidos y ponen en acción las estructuras de movilización del electorado, aunque también las desgasta, lo que políticamente tiene un impacto en el resultado final de una elección constitucional.

* **Andrés Valdez Zepeda** es maestro en administración pública y doctor en estudios latinoamericanos con especialidad en ciencia política por la Universidad de Nuevo México (USA). Es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, autor de los libros *Campañas electorales inteligentes* (2004) y *Mercadotecnia Gubernamental* (2004). Actualmente labora como catedrático de la Universidad de Guadalajara y el Iteso. azepeda@cucea.udg.mx