

# El desprecio a la democracia

**JORGE BRAVO**

**A**ndrés Manuel López Obrador ganó la elección presidencial. La ganó por una sencilla razón: porque antes, durante y sobre todo después de los comicios del 2 de julio supo inocular en la población, entre propios y extraños, entre panistas y perredistas, la simiente de la desconfianza, de la incredulidad, de la ilegitimidad y de la ilegalidad del proceso.

Dedicó buena parte de su tiempo y de su experiencia política, primero como Jefe de Gobierno y después como candidato, a denostar a las instituciones. Ganó, de entrada, en el terreno de las percepciones y de las suspicacias políticas. Supo imprimir una mácula de ilegitimidad en todo el proceso electoral y en los actores políticos que intervinieron: el presidente, el candidato panista, las autoridades electorales, los medios de comunicación, los empresarios, el dinero, las encuestas y los ciudadanos. Algunos más que otros, nadie se salva. El fraude lo hicimos todos.

No le ha sido difícil lograrlo. El intento de desafuero –tan burdo, tan torpe, tan desaseado– le dio todas las armas y todas las ventajas. Desde entonces encabezó las encuestas, que de último momento callaron. Su error político fue confiarse en la delantera que

sin duda tuvo durante meses, en la larga campaña y en la larguísima precampaña. Supo vender a las mil maravillas la idea del complot: la conspiración de la derecha yunquista para erradicarlo de la carrera presidencial.

Pero no es verdad que el sistema todo se encuentre en contra de López Obrador, de la izquierda y del PRD. No es cierto, porque la coalición Por el Bien de Todos que él encabezó ganó en la mitad del país, exactamente



Luis Argudín

en 16 estados, ciertamente algunos de los más pobres y en donde existe la más ominosa distribución de la riqueza; su sombra –que arrojó a Marcelo Ebrard– también ganó arrolladoramente en la capital del país; además, tiene importantes posiciones en el Congreso (127 diputados y 29 senadores). Es indudable que un importante sector de los empresarios lo ven con malos ojos, pero otro tanto lo apoya y ya se ha beneficiado durante su administración capitalina, entre ellos el más acaudalado de América Latina, Carlos Slim, el verdadero innombrable del país, como bien señala Denisse Dresser. Con esa fortaleza adquirida y con ese capital político no se puede hablar de una elección de Estado, ni en la teoría ni en la práctica; pero muchos millones de mexicanos ya lo creen así. Allí radica su apabullante triunfo.

Sin embargo, a AMLO no le sobran razones para impugnar los resultados de la elección. Mencionaré sólo algunos aspectos mediáticos, con sus respectivos matices.

La intervención indebida del presidente Fox a favor de Felipe Calderón, mediante spots, giras y declaraciones alusivas a los riesgos del retroceso autoritario y el populismo. En este punto es inobjetable, y les asiste toda la razón, a AMLO y a su coalición. El hecho de que Fox decidiera involucrarse en la campaña, de manera tan obvia pero sin la inteligencia de los mandatarios priístas, apelando a una práctica del autoritarismo, lo coloca como un gobernante sabedor de sus deficiencias, de que no supo transferir el poder en charola de plata –mediante una sana administración– a un sucesor de su propio partido, y que en el fondo desprecia a la democracia. Resta demostrar que, en efecto, los mensajes presidenciales hayan inclinado la balanza a favor del candidato panista. Realmente no sabemos si así ocurrió, pero el intento fue evidente.

La contienda inequitativa. El argumento de AMLO es el enorme gasto que el PAN desplegó para su campaña mediática, a la cual se sumó la del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y las de algunas compañías privadas.

Primero lo primero. La campaña del CCE nunca debió producirse, nunca debió existir. La responsabilidad directa de que eso haya ocurrido recae en el IFE y en su consejero presidente, Luis Carlos Ugalde. Se trata de una responsabilidad histórica, de las que nunca se borran. Esa campaña de empresas privadas y de organismos empresariales trasgredía al COFIPE, el cual establece claramente en su artículo 48 que “es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales”. En este otro punto, también acierta el PRD.

Sobre el gasto de cada partido para la campaña, según el financiamiento asignado por el IFE para el proceso electoral de 2006, es relativo el reclamo de AMLO. Al PRI le correspondieron 632.7 millones, al PAN 573.3 millones y al PRD 372 millones (cifra que corresponde, en todos los casos, exactamente al 50 por ciento del presupuesto total para las prerrogativas de cada uno de los partidos). Pero si a la alianza Por el Bien de Todos le sumamos los presupuestos del Partido del Trabajo y de Convergencia (139.3 y 137.3 millones, respectivamente), el resultado es de 648.6 millones, superior al monto del PAN, pero inferior al de la Alianza Por México (PRI-Partido Verde, 829.4 millones) la cual, no obstante, perdió drásticamente.

Estas cifras –que todos podemos verificar– son independientes del gasto definitivo de los partidos durante la campaña. Tampoco están incluidos los exorbitantes gastos de la precampaña (mismos que ya no conoceremos), ni los casos –aún no documentados pero presumibles– en los cuales los partidos hayan excedido los topes oficiales de campaña; ni el financiamiento privado que, según el COFIPE, no puede exceder el 10 por ciento del total del financiamiento público para actividades ordinarias.

Estos datos preliminares significan –para efecto de las denuncias– que no necesariamente más dinero en comunicación mediática, y más presencia en los medios

de comunicación, se traduce en más votos y, por lo tanto, en un definitivo –y mucho menos contundente– triunfo electoral. Si la fórmula fuera cierta, tan lineal y mecánica como insisten, el ganador en la elección debió ser Roberto Madrazo, por el rubro de los recursos y la supuesta maquinaria electoral, lo cual no ocurrió. Y Patricia Mercado –cuya comunicación mediática fue tardía y sus recursos escasos en comparación con los tres partidos mayoritarios– no hubiera logrado el registro para su partido, lo cual sí consiguió. Lo anterior, claro está, independientemente de las implicaciones legales por el exceso y el empleo ilegal de recursos.

Todos los candidatos, sin excepción, fueron mediáticos. Uno de los elementos de impugnación de AMLO es la contienda inequitativa. Me parece que no se ha considerado su larga campaña mientras fue Jefe de Gobierno; tampoco la intervención indebida de los funcionarios perredistas de la Ciudad de México, en primer lugar Alejandro Encinas. Las conferencias de prensa mañaneras –con la exposición mediática permanente que ello implica– también introdujeron inequidad irreversible antes y durante la contienda. Si lo medimos en tiempo, su programa La otra versión –de media hora y a un precio preferencial e inequitativo– también habla de un doble rasero. Los spots en cadena nacional –que no eran tal, sino espacios contratados en las televisoras comerciales a la misma hora–, previa promoción mediante spots, no lo diferencia de los demás candidatos en cuanto al uso y abuso de los medios de comunicación.

Por otra parte, el excesivo gasto en las campañas es responsabilidad directa de los partidos, los cuales no tuvieron el interés de legislar al respecto. Para nadie es un secreto que la legislación electoral, en sus términos, beneficia a los partidos y a las televisoras privadas. Se trata de un código electoral que no ha sufrido reformas sustanciales desde 1996. En ese entonces fue un logro que posibilitó la equidad en la contienda. A una década de distancia, resulta anacrónico. Objetar contra el gasto

excesivo en las campañas, del cual disfrutaban todos los partidos sin excepción, si bien es absolutamente racional, resulta demagógico porque ellos, y nadie más que ellos, tuvieron todo el tiempo –no así la voluntad política– para diseñar nuevas reglas del juego electoral. Todos los partidos quisieron competir bajo esas condiciones. No nos engañemos: a muchos actores políticos les conviene ese estado de cosas: en primer lugar a todos los partidos, al IFE y al duopolio televisivo.

Tanto dinero invertido en la democracia. Retribuido a los ciudadanos con un bajísimo nivel en el debate público, y con instituciones electorales cuestionadas y sin suficiente credibilidad, es surrealismo.

Sobre la propaganda del odio y del miedo, la guerra sucia y las campañas negativas, me parece que todos los candidatos –unos más que otros– incurrieron en ellas. Fue el tono general de las campañas. Es complicado determinar quién inició la polarización que hoy en día ya ha desgarrado a la sociedad mexicana. Considero que lo que hizo AMLO de separar y contraponer a la sociedad en ricos y pobres es un error político, porque después hay que gobernar a esa misma población escindida. La figura de López Obrador despertó desprecio o admiración entre los votantes. Esa misma imagen le atrajo muchísimos seguidores, quienes realmente creyeron que él sí castigaría a los delincuentes de cuello blanco y que distribuiría de mejor manera la riqueza. Fox tampoco respetó su investidura. Su perenne confrontación con AMLO, tachándolo de populista y autoritario, tampoco ayudó a un clima civilizado. Simplemente no corresponde a un mandatario que debe guardar un comportamiento republicano. Enfrascarse en una disputa verbal termina por exhibir a quién carece de la capacidad para debatir, y ese fue Fox.

Decir que “López Obrador es un peligro para México”, como promulga el slogan panista, es un exceso; como también lo es denostar a la derecha, a toda ella, calificándola de fascista y yunquista; o afirmar que

Calderón –lo que el propio AMLO desmintió– firmó el Fobaproa. En una contienda polarizada, la mentira y el maniqueísmo es propiedad de ambos bandos. El PAN y el PRD se extralimitaron en mostrar a su contrincante como la encarnación de todos los males. Un cartón de Efrén es elocuente: cuando menos, 35.89 por ciento (15,000,284 mexicanos) piensan que López Obrador es un peligro para México; cuando menos, 35.31 por ciento (14,756,350 mexicanos) piensan que Felipe Calderón es un peligro para México (El Universal, 10 de julio de 2006).

Peor aún fue que se hayan sumado a la confrontación el presidente, por un lado, y la facción empresarial congregada en el CCE; en ambos casos resulta ilegal y Calderón no tiene más remedio que asumir el costo político de ese respaldo ilegítimo.

Aún así, esos mensajes negativos no necesariamente determinan la intención del voto. Los electores no son tan manipulables como pudiera pensarse, como no quieren hacer creer los candidatos y los partidos. Lo que

se ha podido demostrar sobre el efecto de los medios de comunicación en las campañas electorales es que los mensajes funcionan como agentes reforzadores de ideas y actitudes previamente establecidas, más que como agentes de cambio. Es decir, los mensajes mediáticos no modifican las opiniones sino que más bien refuerzan las ya existentes (Joseph Klapper). Quienes detestan a AMLO, ya habían mostrado animadversión hacia él; quienes desprecian a Calderón, ya lo habían descalificado.

Lo anterior, que sólo es teoría, le concede voluntad de discernimiento a los ciudadanos. Entre los mensajes políticos y los eventuales electores, median un sinnúmero de factores que influyen y determinan la decisión final de los ciudadanos en una contienda electoral, incluido el abstencionismo. Esos elementos intermedios resultan muy difíciles de establecer y de medir (las encuestas no se preocuparon por hacerlo). Pueden ser tan subjetivos como racionales. Emitir el sufragio resulta un proceso mental muy complejo. No podemos reducirlo a una campaña negativa, a un candidato o a un color partidista. En todo caso, se trata de percepciones ya existentes que afloran en un momento determinado, cuando los actores políticos, de manera irresponsable, se abocan a polarizar o a resurgir las fobias colectivas.

AMLO ha sido un profesional para manipular los mitos, símbolos y percepciones políticas de la sociedad. En ese aspecto ganó la elección y casi barrió a sus contrincantes. Ahora le toca resolver al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Cualquiera que sea la sentencia, inapelable e inatacable por ley, desatará los peores ánimos: odio ideológico, revanchismo, intransigencia y una sociedad confrontada. Porque a diferencia de los ciudadanos, quienes sí cumplieron con un deber cívico y sí exhibieron un comportamiento ejemplar, la clase política mexicana ha dado claras muestras –una vez más– de su encumbrado desprecio a la democracia. 🐈



Carla Ruvalcaba