

EL VOTO POR EL D.F.

Espacio único del país en donde el tripartidismo es una realidad, en la Ciudad de México se elegirá jefe de gobierno el próximo 2 de julio en una contienda cerrada. Sarmiento analiza en este texto los posibles resultados de una elección crucial para el futuro de nuestra metrópoli.

ES PARADÓJICO QUE LA CIUDAD MÁS POLITIZADA DE NUESTRA república apenas se esté preparando para la segunda elección de sus gobernantes locales en la historia contemporánea. Pero la limitada tradición electoral del D.F. no le ha quitado interés al proceso. Por el contrario, se perfilan unos comicios cerrados y controvertidos.

El Partido de la Revolución Democrática (PRD) llega por primera vez a una elección en una entidad de la federación con todas las ventajas que da el poder. Se enfrenta, sin embargo, a un Partido Revolucionario Institucional (PRI) decidido a reconquistar la capital de la República, cuya pérdida en 1997 le ha ocasionado un sinnúmero de problemas. Para complicar las cosas, el Distrito Federal es la única entidad en el país en que existe un verdadero tripartidismo. En los estados la lucha política se manifiesta usualmente en un bipartidismo en el que el PRI se disputa el poder con el PRD o con el Partido Acción Nacional (PAN). En el Distrito Federal los tres grandes partidos nacionales tienen una presencia real.

El 6 de julio de 1997 Cuauhtémoc Cárdenas conquistó el Distrito Federal con una amplitud que habría sorprendido a los analistas apenas unos meses antes de la elección. El perredista empezó esa campaña del 97 en un distante tercer lugar, pero alcanzó el triunfo con el 48.09% de los votos, seguido muy atrás por el priista Alfredo del Mazo, que tuvo el 26.09%, y el panista Castillo Peraza, con el 15.58%. El triunfo de Cárdenas fue acompañado de un virtual carro completo en la Asamblea Legislativa. El PRD ganó 38 de cuarenta distritos locales. Los dos restantes, el XV y el XIX, quedaron en manos del PAN. El PRI y su otrora imbatible maquinaria política perdieron todo lo que podían perder en el Distrito Federal: cuarenta distritos locales, treinta federales y la jefatura de gobierno. 71 derrotas en 71 contiendas.

La popularidad de Cárdenas se fortaleció todavía más en los

meses subsecuentes a la elección. Para el 5 de diciembre de 1997, fecha de cambio de gobierno, su aprobación en las encuestas rebasaba el 60%. Había una enorme expectativa frente al cambio. Amalia García, la entonces senadora que más tarde llegaría a la presidencia nacional del PRD, declaró poco antes de la transferencia del mando que después del 5 de diciembre terminaría la corrupción en la ciudad.

Estas irreales expectativas se mantuvieron un tiempo sorprendentemente largo. Todavía a mediados de 1998 la popularidad de Cárdenas permanecía a niveles históricamente altos. Pero después empezó a bajar gradualmente. Muchas circunstancias contribuyeron a esta situación, sobre todo la decepción ante las expectativas que había generado el nuevo gobierno. Los cambios de actitud de la población hacia Cuauhtémoc y el PRD no se limitaron al Distrito Federal. En agosto de 1998 el PRD se encontraba en un virtual empate con el PAN y el PRI en las encuestas nacionales. A partir de entonces inició un gradual y prolongado descenso.

El PRI se fortaleció en el Distrito Federal a lo largo de 1999 y al finalizar el año, cuando Jesús Silva Herzog Flores fue electo candidato a la jefatura del gobierno, se encontraba ya en un claro primer lugar en las encuestas capitalinas. Pero esta estancia en la cumbre indisputada duró sólo unos meses. A principios del año 2000 se inició el descenso del PRI y un claro fortalecimiento del PRD. Para fines de marzo y principios de abril la mayoría de las encuestas mostraban ya un virtual triple empate

en primer lugar entre el perredista Andrés Manuel López Obrador, el panista Santiago Creel y el priista Silva Herzog. López Obrador, quien venía del tercer lugar, se encontraba en primer lugar según algunas encuestas, especialmente la que realiza mensualmente el periódico *Reforma*.

El alza en la popularidad de Silva Herzog a fines de 1999 parece haber sido consecuencia de la intensa publicidad que acompañó la elección interna del PRI. Esta campaña se llevó a cabo en medio de un virtual silencio de los otros dos grandes partidos en la capital. Pero una vez que éstos escogieron a sus candidatos, y empezaron a hacer campaña, las preferencias se fueron diversificando.

López Obrador ha visto subir su popularidad en el 2000 más que Creel por varias razones. Una de ellas fue el sonado debate que tuvo con el panista Diego Fernández de Cevallos en el programa de televisión *Primero noticias* de Televisa, entonces conducido por Joaquín López-Dóriga. Andrés Manuel asumió en ese debate una actitud muy crítica frente al ex candidato presidencial del PAN, a quien acusó agresiva y metódicamente de haber recibido del gobierno unos terrenos en Punta Diamante, Acapulco, a cambio de su voto como dirigente de los diputados panistas en 1992 a favor de la quema de los paquetes electorales de la cuestionada elección de 1988. La información disponible sugiere que la acusación es falsa. Fernández de Cevallos obtuvo esos terrenos después de un largo pleito legal contra el gobierno de Guerrero por una expropiación indebida de otros terrenos en la misma zona. Pero los detalles importaron poco en el desenlace del debate. López Obrador se mostró ante millones de televidentes como un hombre resuelto y valiente, dispuesto a atacar sin misericordia a quien, hasta ese momento y como resultado del debate presidencial de 1994, había sido considerado como el mejor polemista del país.

Esta imagen se vio reforzada por las presentaciones constantes de López Obrador en los medios de comunicación denunciando “el gran fraude de Fobaproa”. Las encuestas de opinión revelan que la mayor parte de la gente no entiende qué es el Fobaproa, pero identifica el nombre como algo malo: como un gran fraude que ha afectado a todo el país. Los intentos anteriores del PRD por hacer del Fobaproa un tema electoral han sido infructuosos, como lo demuestran los fracasos electorales de 1999, año en que el partido hizo del Fobaproa su principal bandera política. Pero a fuerza de tenacidad sobre este tema López Obrador ha logrado cuando menos fortalecer su imagen de valiente cuestionador del gobierno federal.

Independientemente del alza de López Obrador, la declinación de Silva Herzog en las encuestas parece consecuencia también de una fallida estrategia de comunicación. Si bien el candidato del PRI ha realizado una intensa campaña de publicidad en radio y televisión, su mensaje ha sido muy abstracto. El lema de su campaña, por lo menos hasta el momento de escribir este artículo, es “En buenas manos”. Sus comerciales de radio y televisión repiten con insistencia que “Construimos con esfuerzo el lugar donde vivimos [...] Una casa segura [...] La casa que siem-

pre hemos deseado y merecemos [...] La casa de todos”. La idea es tan vaga que resulta difícil recordarla. Silva Herzog parecería haber desperdiciado buena parte de sus recursos en una campaña sin la fuerza para convencer al electorado de votar por él.

El declive en la popularidad de Silva Herzog obligó a una renovación en su equipo de campaña. El principal movimiento revela que el problema tenía que ver fundamentalmente con la comunicación. Fernando Lerdo de Tejada, hasta ese entonces director de Comunicación Social de la Presidencia de la República, un político que se caracteriza por su buena relación con los dueños de los medios electrónicos de comunicación, se incorporó al equipo de Silva Herzog como coordinador de campaña.

López Obrador, en contraste, ha entendido bien cuáles son sus fortalezas y ha buscado enfatizarlas. Así, sin grandes anuncios o aspavientos cambió de manera práctica su lema de campaña: “Por el bien de todos, primero los pobres”, por una frase mucho más directa y sencilla: “Honestidad valiente”. Este lema, utilizado fundamentalmente en carteles y anuncios espectaculares, es mucho más adecuado para la imagen que López Obrador se ha tratado de construir a sí mismo.

En otro punto también Silva Herzog parece haberse equivocado en su estrategia. López Obrador nació y desarrolló buena parte de su carrera política en Tabasco. Todavía en la elección federal de 1997 votó en su estado natal. Esto sugiere que no cumple con el requisito de cinco años de residencia para ocupar la jefatura de gobierno del Distrito Federal. Los propios perredistas que compitieron contra López Obrador por la candidatura capitalina —entre ellos el coordinador de los diputados federales del PRD, Pablo Gómez— subrayaron en la campaña interna del partido que el tabasqueño no cumplía con el requisito de residencia.

Silva Herzog trató de tomar ventaja de este hecho al subrayar, en uno de sus primeros anuncios, que él nació en la céntrica colonia capitalina de Santa María La Ribera. Los habitantes del Distrito Federal, sin embargo, reaccionaron con indiferencia ante este mensaje. Esto sugiere que los capitalinos, acostumbrados a vivir con gente que viene de otras partes de México y del mundo, no se inclinan por los candidatos locales como lo hacen los votantes de otras partes del país.

El panista Santiago Creel ha ofrecido una campaña de publicidad que busca generar emotividad. En sus anuncios de televisión aparece sonriente junto con una niña, aparentemente su hija, lo cual refuerza su imagen de hombre bueno comprometido con la familia. Su lema “Recuperemos nuestra ciudad” parece atractivo para una población cansada del gobierno perredista pero sin deseos de regresar al PRI que durante tanto tiempo gobernó la ciudad. Creel es aceptado en general por la gente, que ve en él a un hombre honorable, pero no ha podido aprovechar como López Obrador el declive de la popularidad de Silva Herzog. En muchas encuestas de opinión se encuentra en tercer lugar, si bien a una distancia que no se considera insalvable frente a los punteros.

El candidato perredista se ha beneficiado sin duda de una intensa campaña de publicidad para la promoción del gobier-

no del Distrito Federal. La campaña comenzó en los tiempos en que Cuauhtémoc Cárdenas encabezaba la administración capitalina, pero se fortaleció durante el gobierno de Rosario Robles. Esta campaña presenta distintos logros del gobierno perredista de la capital y señala al final de cada anuncio que desde 1997 la Ciudad de México vive un gobierno diferente.

Otra acción del gobierno capitalino que sin duda ayuda electoralmente a López Obrador es la presentación de espectáculos públicos gratuitos. La administración capitalina ha convertido el Zócalo de la Ciudad de México en un gran escenario para artistas que la gente común y corriente rara vez tiene la oportunidad de ver en vivo. Las presentaciones han incluido a cantantes de fama internacional, como los españoles Joan Manuel Serrat, Víctor Manuel y Ana Belén, a grupos de música salsa que convierten la plancha de hormigón de la plaza central en una gigantesca y gratuita pista de baile, y a intérpretes de música tradicional mexicana como Chavela Vargas. Tan sólo la presentación del grupo de rock Café Tacuba llevó al Zócalo a unos 150 mil jóvenes. Los espectáculos son precedidos de breves discursos en los que el gobierno perredista reclama el crédito de haber abierto este foro a los espectáculos populares.

Dos casos judiciales se han convertido en factores importantes en el proceso electoral capitalino. Uno de ellos es el asesinato del conductor de televisión Paco Stanley, que colocó a las autoridades del Distrito Federal, y en especial al procurador Samuel del Villar, en una posición de abierto conflicto con TV Azteca, la segunda televisora del país. Este caso se ha complicado por la recomendación de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal a la Procuraduría capitalina para que se eliminen los cargos que pesan en contra de la joven edecán Paola Durante por su presunta participación en la autoría intelectual del asesinato. El otro es el caso de Óscar Espinosa, el ex regente de la Ciudad de México nombrado más tarde secretario de Turismo, a quien se acusa de peculado por un monto de 420 millones de pesos. Ambos casos se han politizado de manera abierta y están teniendo un efecto importante en la percepción de los ciudadanos sobre los candidatos en contienda.

Las encuestas de opinión muestran en el momento de escribir este artículo una batalla muy cerrada entre los tres principales candidatos. Algunas, como la de *Reforma*, colocan a López Obrador en primer lugar mientras que otras le dan todavía este lugar a Silva Herzog, pero con una ventaja muy disminuida sobre la que tenía a fines de 1999. Esto significa que el ganador se definirá por un número relativamente pequeño de votos. Las

contienda para jefes delegacionales, quienes por primera vez serán electos por voto popular, pueden así resultar cruciales en el resultado de la lucha por el Distrito Federal.

El PRD y el PRI han escogido a operadores políticos probados como candidatos en algunas delegaciones clave. Por ejemplo, la diputada Dolores Padierna, dirigente de la organización Nueva Tenochtitlán, que organizaba invasiones de predios para presionar a las autoridades a ofrecer vivienda popular, es la candidata del PRD en la céntrica delegación Cuauhtémoc. Para enfrentarla el PRI ha seleccionado a Jorge Schiaffino, también dirigente de organizaciones populares. Javier Hidalgo, líder de la Asamblea de Barrios, es el candidato del PRD en la delegación Miguel Hidalgo. En Iztapalapa se enfrentan el líder popular René Arce por el PRD y Guillermina de la Torre, dirigente de los pepenadores, por el PRI. Los estrategas políticos del PRI reconocen que una mujer como Guillermina de la Torre difícilmente será una buena administradora de una delegación, pero el partido requiere del apoyo que pueda generar en lo electoral. El PAN no cuenta con el mismo tipo de operadores políticos y fundamenta sus esperanzas de triunfo más bien en el apoyo natural que le brinda la clase media. Su trabajo se fundamenta principalmente en los medios, más que en organizaciones populares.

Dos delegaciones son clave para el triunfo de cualquier partido en el Distrito Federal: Iztapalapa, con más de 1,100,000 electores registrados, y Gustavo A. Madero, con más de 900 mil. Las dos delegaciones alojan a un 35% de todos los electores. En un distante tercer y cuarto lugares están Coyoacán, con 471 mil electores, y Álvaro Obregón, con 466 mil.

Independientemente del resultado final, no hay duda de que la influencia de los seis millones de votantes capitalinos trascenderá las fronteras de la Ciudad de México. Es verdad que empieza a surgir en México un voto diferenciado. En el Distrito Federal, en particular, los sondeos de opinión indican que un creciente número de electores muestra la intención de votar por el perredista López Obrador en la elección local pero por el panista Vicente Fox en la presidencial. Aun así, no hay duda de que la elección en el Distrito Federal tendrá una importante influencia en la federal. El ascenso o descenso de cualquiera de los candidatos en la capital bien puede impulsar o lastrar al candidato presidencial de su propio partido. Esto le da a la elección en la capital una importancia en lo que se espera sea la elección más cerrada en la historia del país. —

— 12 de abril de 2000

