

José Adolfo Ibinarriaga

¿Qué quiere hacer el PAN?

El uso de lo que se denomina guerra sucia en elecciones, le hace daño no sólo a la democracia, sino también a la población, en la que se dirime una contienda que usa este tipo de tácticas.

La polarización en México de la elección presidencial de 2006, si bien a primera vista fue una táctica exitosa por parte del PAN en contra de López Obrador, deja de lado reflexiones más profundas, como fueron los votos que le quitó la candidatura de Demetrio Sodi al PRD en la ciudad de México; la alianza electoral entre el PAN y Elba Esther Gordillo; el voto diferenciado y, quizá útil, de mayorías priistas para senadores, y el voto por el PAN para presidente en algunas entidades gobernadas por el PRI, y también tiene consecuencias, en una sociedad que al día de hoy sigue enfrentada y resquebrajada por el uso de esa guerra sucia.

El tema es relevante, porque pareciera que la estrategia del PAN para la elección intermedia de 2009 estaría sustentada en relanzar una campaña de ataque, ahora en contra del PRI.

En su lectura, los estrategas y consultores panistas deben de tener claro el análisis de que en el mercado electoral sólo pueden crecer quitándole votos al PRI; lo anterior

—imagino— obedece a los siguientes cálculos:

1) Será difícil quitarle votos a un PRD muy disminuido, pero que conserva y consolida su voto duro.

2) Hay una clara intención por hacer de esta elección un plebiscito cerrado sólo a dos contendientes, los que van en el primero y segundo lugar.

En nuestra visión, las campañas de ataque deben de servir para sacar de estrategia al adversario, provocar el error y, en consecuencia, que por responder o atacar al contrincante, quien es objeto de la campaña sucia (en este caso, el PRI), deje de comunicarse con los electores.

3) Debe de haber una apuesta a que una parte alta del voto más blando está con el PRI y que esos sufragios pueden migrar a otras opciones electorales con el mensaje adecuado.

4) Convertir la elección en una de carácter nacional, terreno que les es más favorable frente a una estructura local más robusta y el trabajo en tierra que puede desarrollar el PRI.

5) Por último, polarizar la elección a una que, en lo simbólico, pareciera decir: ¿estás con Calderón y contra los narcos o estás con los narcos?

El PAN está definiendo de la forma más favorable para él los términos del debate: campaña nacional versus local; contra el narco versus con el narco; elección de dos versus elección a tercios.

En estos momentos y de acuerdo con los últimos estudios de opinión que se han hecho públicos, podemos decir que la estrategia panista está siendo exitosa.

Una parte importante de que esta estrategia esté resultando exitosa, se debe a Manlio Fabio Bel-



Fecha 13.04.2009	Sección Opinión	Página 26
----------------------------	---------------------------	---------------------

trones y a algunos de los senadores del PRI. Las respuestas del líder de los senadores priistas están llevando la contienda al terreno de debate que quiere el PAN y, al mismo tiempo, están haciendo de la elección una disputa en torno a los atributos de las marcas, de los partidos. Hoy la campaña no es sobre los candidatos a diputados ni sobre las ofertas a los electores, es una campaña sobre los positivos del PAN, de la mano de Calderón y su lucha contra el narcotráfico, y los atributos negativos, asociados históricamente al PRI; es una elección, en lo simbólico, entre Calderón y Beltrones, entre el PAN bueno y el PRI malo.

Es una elección en la que la campaña de *guerra sucia* lanzada por el PAN está sacando de estrategia al PRI, y por eso está funcionando, porque el PRI está jugando en los dominios de la política nacional y no en el terreno de los problemas locales fortalecidos por su amplio ejército electoral en tierra; porque, al responder a los ataques de Germán Martínez con la voz de Beltrones, están haciendo creíble la *guerra sucia*; porque, si hay una figura que podría representar al PRI bueno, como

lo podría ser Enrique Peña Nieto, ésta no es parte de la “campaña nacional” del PRI; porque es una elección que está privilegiando el aire, pero, sobre todo, el uso de herramientas de BTL como páginas web, blogs y Youtube.com, en vez de las estructuras electorales.

En nuestra visión, las campañas de ataque deben de servir para sacar de estrategia al adversario, provocar el error y, en consecuencia, que por responder o atacar al contrincante, quien es objeto de la campaña *sucia* (en este caso, el PRI), deje de comunicarse con los electores. Las campañas de ataque sólo funcionan si el candidato o partido que es atacado, “compra” el ataque —cosa que está sucediendo con el PRI y que pasó con López Obrador en 2006— y si contiene elementos tangibles y relevantes para el electorado, como podría ser el referéndum entre estar con el presidente y combatiendo el narcotráfico o estar en contra del presidente, ergo, del lado del narcotráfico. ☒

www.cuartodeguerra.com.mx

Socio-director de Cuarto de Guerra SC