

## Enfoque, Estrategias y Publicidad Electoral NUEVA GUERRA POR EL PODER

1. Hoy más que nunca el resultado de las elecciones y por lo tanto de quién obtiene el poder depende del enfoque y de las estrategias que adopten los candidatos o los partidos.

2. Algunos candidatos o sus asesores han cometido el error de poner a los publicistas por encima de los estrategas e incluso de los candidatos (por ejemplo, en la campaña de Roberto Madrazo era más conocido su publicista Alasraki que el propio aspirante presidencial. Otros han cometido errores de enfoque, por ejemplo en la campaña de Francisco Labastida el enfoque sobre la doctora Uriarte, su esposa, era más fuerte que el que recibía el mismo candidato).

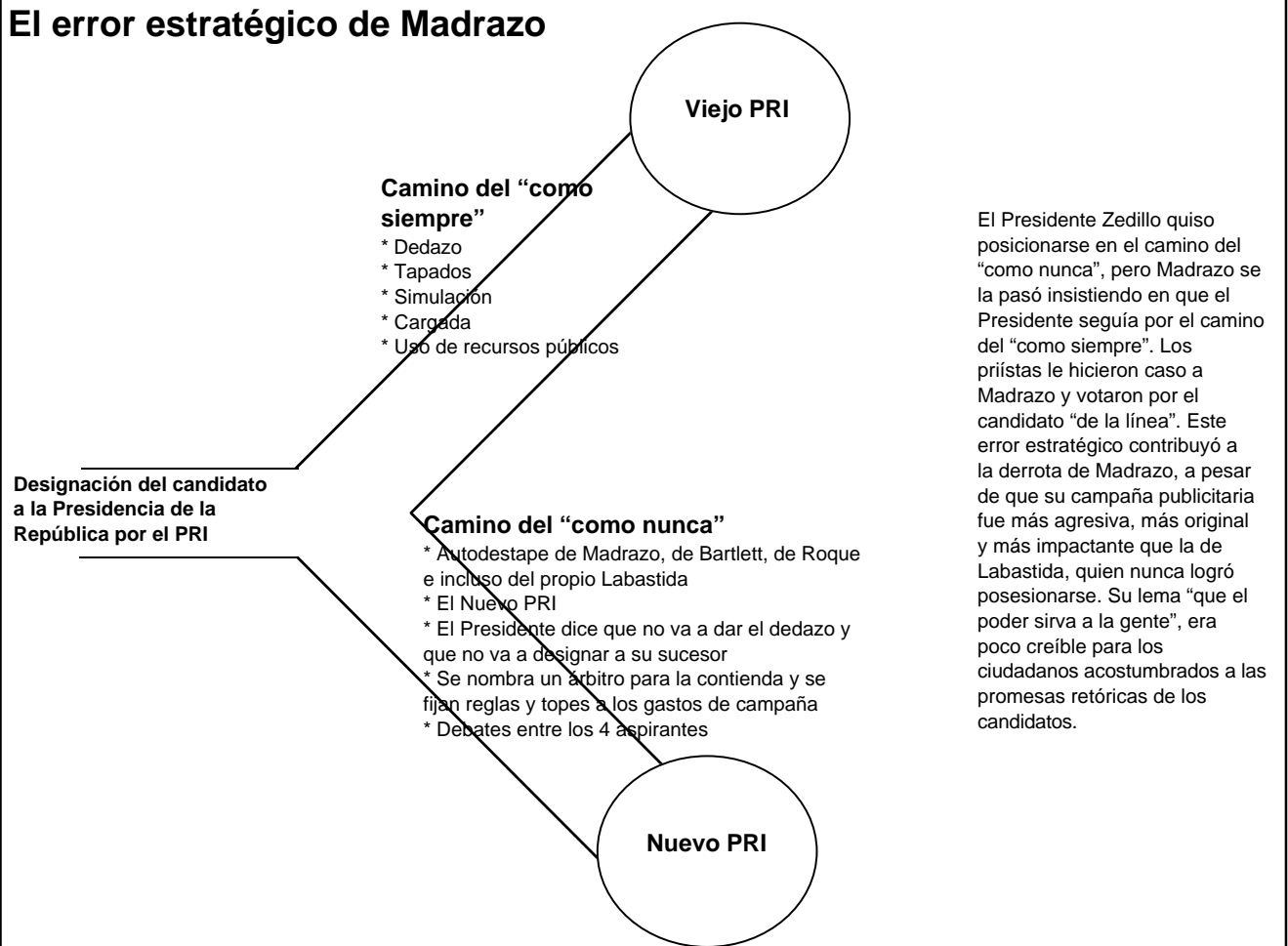
3. Madrazo cometió dos errores estratégicos muy graves:

uno. Convertir al Presidente Zedillo en su enemigo, con su lema “dale un Madrazo al Dedazo”. Todos saben

que el “dedazo” es el Presidente. Madrazo debió convertir a Zedillo en su aliado -aunque en el fondo no lo fuese-. Zedillo quería pasar a la historia como el primer Presidente que no dio el dedazo, y Madrazo en cambio enfocó toda su publicidad a contradecir al presidente. Este fue un error muy grave. Zedillo se quería ir por el camino de “como nunca”, por donde también estaba transitando Madrazo (dicho camino incluía, los autodestapes de Bartlett, Roque, Madrazo y Labastida, que el PRI abriera el proceso a una consulta abierta a la ciudadanía, que no hubiera dedazo, que se nombrara un árbitro, etc.), pero Madrazo quiso poner siempre a Zedillo en el terreno del “como siempre”.

dos. Los mexicanos no sabemos elegir porque nunca nos han dado la oportunidad y menos aún los priístas, que siempre han estado acostumbrados a recibir “la línea”. A un priísta le da pavor equivocarse y mucho más perder,

### El error estratégico de Madrazo



porque estaba acostumbrado a “ganar de todas todas”. \*/ Madrazo cometió el error de pasarse su campaña diciendo que el candidato de “la línea” era Francisco Labastida. Les facilitó entonces la decisión a los priístas. Para qué equivocarse si las cosas estaban tan claras. Ese enfoque estratégico fue equivocado. El enfoque que debió adoptar Madrazo fue haber dicho, desde el principio, que Labastida era un “impostor”, que no era el “candidato de la línea, ni el candidato del Presidente” y debió haber retado al Presidente Zedillo a que saliera por televisión al día siguiente y que aclarara al país si Labastida era su candidato. Zedillo hubiera dicho lo que dijo dos domingos antes de la elección: que no tenía candidato y que no había movido el dedo. Entonces Madrazo hubiera reiterado, “ya ven, se los dije, Labastida es un farsante”. Con eso hubiera sembrado la duda en muchos priístas. Sin embargo, Madrazo prefirió convertirse en el tercer estratega de la campaña de Labastida (el primero fue muy malo y lo tuvieron que correr, el segundo fue Esteban Moctezuma, pero el más eficiente de los tres fue Madrazo, quien le hizo la campaña a su enemigo). Tres semanas antes de la elección Madrazo estuvo en Los Pinos y después de hablar con el Presidente Zedillo salió convencido de que Labastida no era el candidato del Presidente y así se los dijo a los medios de comunicación, pero ese acto fue, como dicen los gringos, “*too little and too late*” (demasiado poco y demasiado tarde). El ya había posicionado la imagen de que el candidato del “dedazo”, de la “línea” era Labastida y los priístas simplemente le hicieron caso.

4. El orden de los factores sí altera el producto. En las campañas electorales lo principal es el “enfoque”, a partir del cual se diseña la “estrategia” y finalmente, en el tercer lugar, se define la “publicidad”, las “relaciones públicas”, los “mensajes”, la “comunicación con la prensa”, las “alianzas”, etc. Madrazo puso al publicista por arriba del grupo de enfoque y del grupo estratégico y lo pagó muy caro.

5. Poca gente sabe lo que es la estrategia -en el sentido profundo del término- y mucho menos gente sabe lo que es el enfoque. Antes ésta ignorancia no era importante, ya que las elecciones en México se decidían desde meses antes, ya que no había competencia real. Sin embargo, ahora que empezamos a construir un mercado de capital político, el no tener un buen enfoque y una buena estrategia puede ser fatal. Hoy día sí se pueden ganar las elecciones si, como dice el dicho, “uno se pone abusado”. Por ejemplo, el PRD ha perdido tres estados que pudo haber ganado: Guerrero, Estado de México y Veracruz. Ahí tenía excelentes candidatos, pero cometió el error de “enfoque” de rechazarlos porque no pertenecían a la “mafia perredista”, sino que eran candidatos con conexiones con la sociedad civil: el doctor Jaime Castrejón en Guerrero, el doctor Gustavo Baz en el

Estado de México y el ex procurador Ignacio Morales Lechuga en Veracruz. El equivocarse de enfoque le costó al PRD no sólo no ganar la gubernatura sino irse al tercer sitio electoral en Estado de México y Veracruz, cuando apenas meses antes había tenido una clara posición competitiva.

6. Aquí cualquiera pasa por publicista o por estratega, aunque nunca enseña sus cartas credenciales. Simplemente creen que por inventar un lema se gana una campaña electoral, cual si los ciudadanos fuesen retrasados mentales que se dejasen manipular por un simple comercial radiofónico o televisivo. La gente es más inteligente de lo que los políticos y sus publicistas creen. La gente vota en su beneficio personal. La gente no vota por apellidos o siglas o *gingles*, sino que la gente vota por sí misma, por su familia, por su barrio, por su ciudad, por su estado, por su país, y sí identifica sus intereses con los de un candidato o un partido, por él deposita su voto. En otras palabras, la gente invierte su voto y espera obtener un dividendo. Algunos mexicanos venden muy barato su voto: a cambio de una bolsa de tortillas o una bolsa de cemento o una gallinita o un marranito que les regala el PRI. Pero por lo menos ven algo. De lo contrario no recibirían nada por su voto. No está mal que vendan su voto. Lo que está mal es que no lo sepan vender más caro y exigir más por él: democracia, desarrollo, educación, bienestar social, justicia, etc. Le falta educación al mexicano para saber cuánto vale su voto, de ahí que el PRI se despache con la cuchara grande especialmente en zonas marginadas donde la gente tiene los menores niveles de instrucción y educación. El PRI gana gracias a los pobres, a los ignorantes, a los “jodidos” -como diría el *tigre* Azcárraga-, simplemente porque le ofrece al pueblo algo por su voto, “*en efe y por adela*”, en tanto que el PAN ofrece mejoras a largo plazo y fiduciarias y el PRD ofrece ir por la revancha o legalizar algunas ganancias obtenidas de *facto* y no de *jure*, como invasiones de terrenos, viviendas construidas en zonas de reserva, etc.

7. El ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas va a pasar a la historia por haber unido a la izquierda, la cual estaba totalmente atomizada, dividida antes de que él se convirtiera en su líder. Pero también va a pasar a la historia por haber abierto al PRD a la sociedad civil. En 1997, el ingeniero propuso que la mitad de las candidaturas a puestos de elección popular no fueran a la “mafia perredista” -todos los partidos son mafias en el sentido estricto del término, tanto el PRI como el PAN, ya que son grupos organizados, con sus propias reglas y códigos que persiguen intereses de poder o económicos-. Esa decisión de Cárdenas le valió no sólo ganar abrumadoramente en la capital del país, sino quitarle al PRI la mayoría absoluta en la Cámara de Diputados. El error estratégico de Cárdenas fue luego no hacer un

gobierno ciudadano, sino un gobierno perredista. Y ahora está pagando las consecuencias. El PRD ocupa el tercer lugar en las encuestas electorales. La gente no perdona y tampoco olvida. La sociedad había hecho un contrato con el ingeniero que él no cumplió.

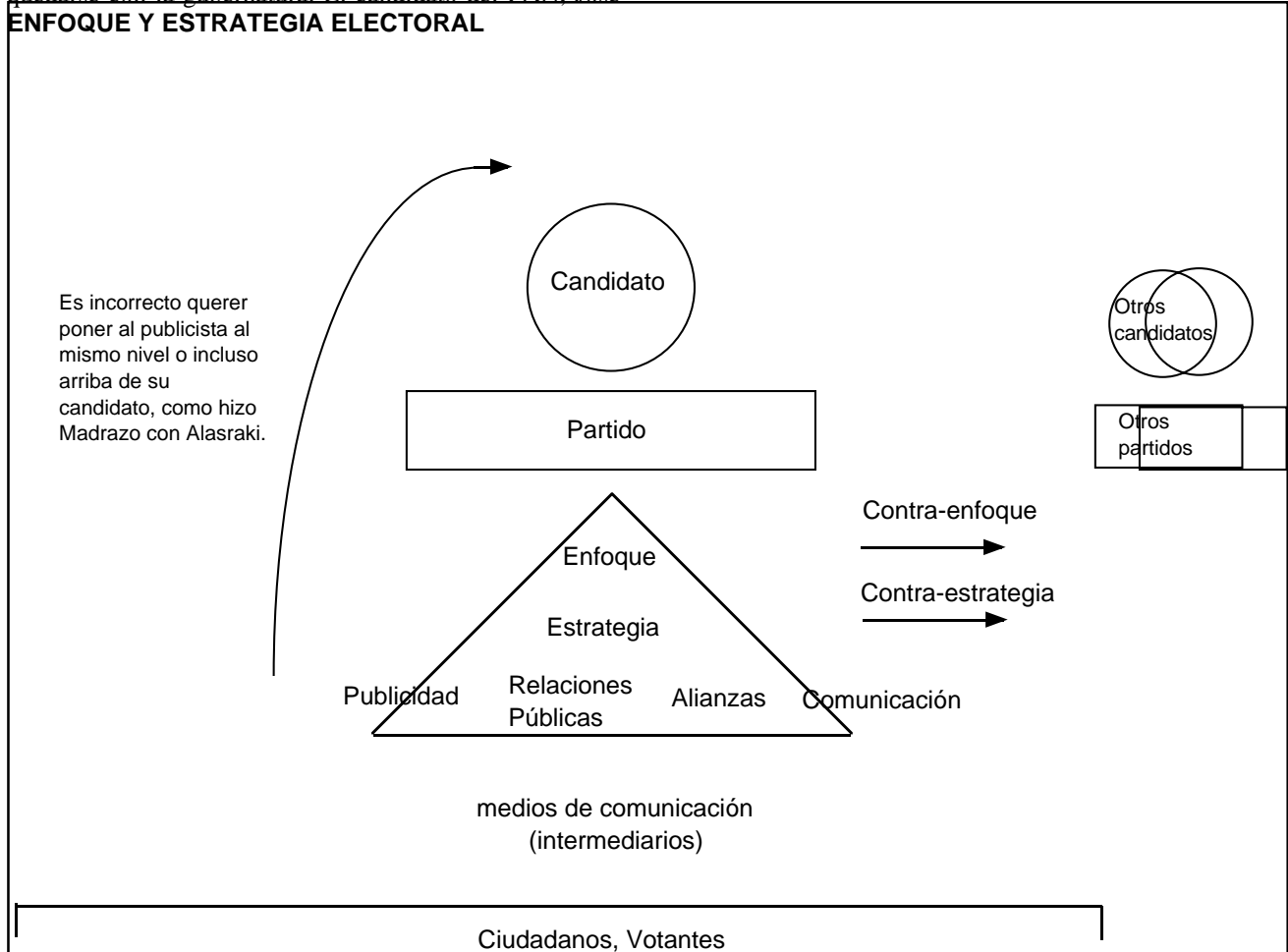
8. En el Estado de México, en las elecciones de 1997 el PRD y el PRI casi empataron, se quedaron a un punto de diferencia. Para las elecciones de 1999, el PRD tenía al mejor candidato, al doctor Gustavo Baz. Incluso en las encuestas que tenían los estrategas del PRI, el doctor Baz le ganaba dos a uno a cualquier candidato ya fuese del PRI o de la oposición. Pero el PRD puso “candados” para que un candidato de la sociedad civil no pudiera pasar por los controles de la “mafia partidista”. Incluso se dice que los priistas soltaron 5 millones de pesos para evitar que el PRD postulara al doctor Baz. Se eligió entonces a un desconocido, Higinio Martínez, que aunque controla el PRD local no tiene proyección política a nivel estatal ni nacional. El resultado, el PRD se desplomó al tercer lugar. Obtuvo sólo 22% de los votos, cuando en la elección previa había obtenido el 36%. Los errores estratégicos se pagan caro.

9. El PRD tuvo una segunda oportunidad para quedarse con la gubernatura. El candidato del PAN, José

Luis Durán que empezó su campaña en tercer lugar, con sólo 18% de las preferencias, quería hacer “la carrera del indio” y casi alcanza al PRI, al obtener el 36% de los votos -el doble de con los que había empezado-, pero le faltaban 6 puntos para alcanzar al candidato del PRI, cosa que hubiera obtenido si Higinio declinaba, y le daba el “voto útil” opositor. A cambio le ofrecía al PRD quedarse con la mitad de los puestos del gabinete y escoger los municipios que quisiera gobernar en el 2000. Nuevamente el PRD jugó a perder. Los perredistas decían que el día de la elección iban a salir las hordas de las cuevas de Chalco a tomar por asalto las casillas y se iba a repetir en el Estado de México el terremoto electoral que ocurrió en la ciudad de México en 1997. Cuando se les preguntaba que porqué eso no se reflejaba en las encuestas, contestaban que era porque esas hordas estaban subrepresentadas, ya que a los encuestadores les daba miedo entrar a esas zonas marginadas. Pero como *disneylandia* política no cuenta en los resultados electorales, el PRD simplemente se desplomó y se quedó fuera del reparto del pastel del poder. Otro error de enfoque estratégico le costó incluso divisiones internas y que ahora el PRD sea un

sigue en la página 8

**ENFOQUE Y ESTRATEGIA ELECTORAL**



Es incorrecto querer poner al publicista al mismo nivel o incluso arriba de su candidato, como hizo Madrazo con Alasraki.

## **Elecciones en el Distrito Federal FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS ASPIRANTES**

Por segunda vez en la historia reciente, el Distrito Federal elegirá en el año 2000, a su jefe de gobierno. En 1997 Cuauhtémoc Cárdenas del PRD obtuvo un triunfo aplastante. Sin embargo, las encuestas parecen indicar que al no haber cumplido las expectativas de los ciudadanos, las posibilidades de que su partido repita en la capital del país son escasas.

Cárdenas cometió, al menos, dos errores estratégicos:

- El primero en la integración de su gabinete. Cárdenas podía haber optado entre tres alternativas:

a) integrar un “gabinete de presidenciables”, compuesto de ex secretarios de estado, como David Ibarra, Manuel Camacho, Jesús Silva Herzog, Ricardo García Sainz, etc. Con el cual Cárdenas habría dicho que podría gobernar no sólo la capital del país, sino todo el país.

b) integrar un gabinete de técnicos, de expertos en sus respectivas áreas, quizás desconocidos en el ámbito de la política o entre los ciudadanos, pero prestigiados en el mundo de la academia o de la ciencia (un experto en urbanística, en transporte, en vivienda, en ecología, en economía, etc.), que le garantizaran la viabilidad y factibilidad de los proyectos que se emprendieran, o

c) integrar un gabinete de “pago de facturas políticas” a todos sus cuates que lo habían apoyado o que se la habían jugado con él en los 10 años de lucha opositora, como Arnoldo Martínez Verdugo, a quienes les dio una delegación o un puesto en su gabinete.

Cárdenas optó por la tercera alternativa y pagó las consecuencias. Varios de ellos ya se jubilaron. Obtuvieron su premio y ya están descansando en su casa. En lugar de ello, Cárdenas les debió haber dicho que él no iba a pagar la apuesta en 1997, sino en el año 2000. Es más, no debió haber pagado a quienes se la jugaron con él, sino que debió pedirles que duplicaran la apuesta, toda vez que ya se había visto que sí se podía ganar. Si Cárdenas hubiera seguido esta línea estratégica, hoy esas personas estarían peleando como perros para llegar a la Presidencia en el año 2000.

Los errores estratégicos se pagan muy caros.

El segundo error que cometió Cárdenas fue en el enfoque de su gobierno. El podía haber elegido entre:

a) utilizar a la capital como trampolín para desde ahí buscar la tercera nominación hacia la presidencia de la República.

b) tratar de hacer el mejor gobierno que haya tenido la capital en su historia, aún a costa de su popularidad política.

c) utilizar a la capital como “botín” para cobrarse los

años de ardua lucha opositora.

Cárdenas optó por la primera estrategia, despreciando la capital del país. Gobernar la ciudad de México no es cualquier cosa. Todavía nos recordamos de quiénes han sido sus regentes. Ser gobernador de una de las urbes más grandes del mundo es casi igual que ser Presidente de México. Cárdenas simplemente quiso “utilizar” a la capital y en el pecado lleva la penitencia.

Sin embargo, Cárdenas, el PRD y Andrés Manuel López Obrador quieren en el 2000, repetir el “milagro” de 1997, sin que todavía hayan realizado un estudio a fondo para entender y analizar lo que pasó hace dos años.

Cárdenas no entendió que la población no estaba votando por él, sino contra el PRI, a quien lo estaba castigando por la peor crisis de inseguridad que se recuerde en esta ciudad desde la revolución de 1910-17. Cárdenas simplemente era una medicina, una píldora amarga, que muchos capitalinos se auto-recetaron con tal de curarse contra la enfermedad del crimen organizado, la impunidad, la violencia y la inseguridad.

Cárdenas no quiso dar ningún golpe espectacular en contra de la inseguridad, ni tampoco contra la corrupción. No quiso meter a la cárcel a Oscar Espinosa Villarreal, a pesar de que muchos ciudadanos se lo demandaban a gritos. Cárdenas dice que no encontró pruebas. Sin embargo, el no era el fiscal ni el juez. El debió haber detenido a Espinosa por exceso de presunciones (aguinaldos multimillonarios, derroche, ineficiencia, incapacidad, préstamos mal habidos, etc.), sin importarle si luego el juez lo dejaba o no en libertad.

De hecho el abogado de Oscar Espinoza e incluso el Presidente Zedillo temían una detención del mismo, al grado de que el primero le recomendó irse del país u obtener inmunidad a través de un puesto en el Senado de la República, y el segundo le demandó a Silva Hernández su fulminante salida de la Secretaría de Turismo, para que oscarito no fuese a ser detenido por los perredistas.

Tan tibio fue el ingeniero Cárdenas que incluso meses después del ex presidente Carlos Salinas, eterno enemigo de los perredistas, se dio el lujo de pasearse bravuconamente por las calles de la ciudad de México, burlándose no sólo del Presidente Zedillo, quien tuvo que salir huyendo de la capital para irse a refugiar a un cuartel militar, sino también de Cárdenas y su gobierno perredista, quien resultó ser un perro que ladraba mucho cuando era oposición, pero que mordió poco o nada cuando llegó al gobierno.

Pero el gobierno de Cárdenas ya es historia y lo que interesa es saber lo que pasará en el 2000. A continuación presentamos dos análisis que dan luces hacia dónde apuntan las tendencias, a partir de ponderar las fortalezas y debilidades de los candidatos y partidos que se disputan el gobierno capitalino.

## **Examen sobre elecciones D.F.**

Por *Ana Ma. García de Letona*

### **1. Los factores a favor que propiciarían el triunfo del PRI, PAN, PRD**

#### **PRI**

El fortalecimiento del partido con su renovación democrática a través del sistema de elección de candidatos.

Apoyo a la campaña en el D.F. de Labastida y todo su equipo.

Desacreditación por parte de la opinión pública hacia la gestión de Cárdenas.

#### **PAN**

Los principios y ética del partido.

El que nunca haya tenido oportunidad de gobernar el D.F., le otorga el beneficio de la duda.

Una campaña y candidato exitosos.

Posible alianza con el Partido Verde Ecologista Mexicano

#### **PRD**

La búsqueda por parte de sectores sociales y redes de organizaciones populares que busquen una continuidad en «democratización» que visualizan en la figura de Cárdenas.

Un buen papel de la actual Jefe de Gobierno en el tiempo que queda.

Una mala campaña de los otros partidos fortalecería su presencia en la ciudad.

### **2. Factores en contra**

#### **PRI**

No olvido del pasado del partido. Conexión de su candidato con el régimen anterior.

Fortalecimiento de los otros partidos y las posibles alianzas que realicen.

#### **PAN**

No consolidar una alianza con el Verde.

Repetir la historia con un mal desempeño del candidato.

No alcanza la capacidad de movilización de otros partidos.

#### **PRD**

El desprestigio que se le pueda hacer a la gestión perredista.

Los conflictos internos y el debilitamiento del partido

con la salida de algunos de sus principales militantes.

La figura de Cárdenas ya está desgastada y es la cabeza del partido.

### **3. La mejor estrategia, enfoque de la campaña**

#### **PRI**

Reforzar la democratización del partido.

Acentuar los errores del PRD en la capital.

Apegarse a la campaña de Labastida.

Movilizar de nuevo los métodos no convencionales que solían utilizar disfrazados de prácticas democráticas.

Dificultar las posibles alianzas de los partidos pequeños con su contrincantes significativos.

#### **PAN**

Una novedosa campaña, con una presencia permanente para darse a conocer como la única opción que no es corrupta y se mantiene dentro de los principios que las familias de la capital exigen.

Cohesionar todos los esfuerzos al interior del partido.

Manejar una imagen convincente de su candidato, propositiva y contundente.

#### **PRD**

Apelar a la falta de tiempo para dar resultados significativos. El PRI a tenido una oportunidad de setenta años y ellos tan sólo de tres.

Manejar la imagen de su candidato como la continuidad de la democratización y de una decisión no corrupta para dirigir la ciudad.

Distanciarse de la campaña y figura desgastadas de Cárdenas.

### **4. Factores que propiciaron el triunfo del PRD en 1997.**

El agotamiento del sistema político para resolver los problemas sociales.

Los candidatos y campañas que presentaron los otros dos partidos.

El populismo y capacidad de movilización de la figura de Cárdenas.

La propuesta de democratización.

Las secuelas de la crisis y la disidencia con el modelo económico.

La politización de la ciudadanía, pues aparece como un nuevo actor.

El fortalecimiento de los procesos electorales y del IFE.

La necesidad de apertura y pluralidad para darle un tono evidentemente democrático a la gestión de Zedillo.

**5. De los escenarios presentados, cuál va a ocurrir si...**

- Nada cambia de aquí a la fecha de la elección:  
El PRI gana por el incremento de la credibilidad y por ausencia del PAN. El PRD efectivamente decae en las preferencias de los capitalinos.
- La elección presidencial influye o no:  
De influir la campaña de Labastida, el PRI se ve

fortalecido en el D.F, pero aún si se mantiene al margen creo que está creciendo por sí solo.

No creo que este factor sea determinante, más bien en el desempeño de los demás partidos y de las posibles alianzas que se logren.

El PAN ganaría teniendo una campaña extraordinaria frente a un PRI mediocre y un PRD sin alianzas. El PRD ganaría si es que el PRI comete errores estratégicos y el PAN se mantiene mediocremente al margen. ©

**1 y 2. Factores a favor y en contra de cada partido para ganar en el Distrito Federal.**

<b>PARTIDO A FAVOR</b>	<b>EN CONTRA</b>
<p><b>PRI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- elección democrática de su candidato bien publicitada</li> <li>- elección limpia y participativa</li> <li>- el nuevo PRI se ha posicionado en la opinión pública de manera muy favorable</li> <li>- no lleva el costo político de estar en el gobierno del DF actualmente</li> <li>- el nuevo PRI significa una nueva oportunidad de que el PRI haga mejor y de manera democrática lo que antes hacía bien</li> <li>- excelente candidato</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- el electorado podría pensar que es lo mismo de siempre, sólo que democrático</li> <li>- en el DF existe un importante nivel de conciencia política, la gente sabe qué es el PRI y lo que el PRI ha generado en el país</li> </ul>
<p><b>PRD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- elección democrática y abierta (aun que fue poco publicitada y al parecer acudieron a votar únicamente los perredistas)</li> <li>- partido que ya había realizado este tipo de elecciones, no es la primera vez como el PRI</li> <li>- el PRD es el partido menos identificado con el PRI, en la opinión pública es un verdadero partido de oposición</li> <li>- representa continuidad al proyecto de Cuauhtémoc Cárdenas (no podemos negar que hay muchos que todavía lo veneran)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tiene el costo político de estar en el gobierno y de haber dejado mucho que desear, la gente siente que no cumplieron con sus promesas</li> <li>- partido irresponsable e ineficaz cuando gobierna</li> <li>- el candidato es conocido pero no es del DF</li> </ul>
<p><b>PAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- no tiene el costo político de estar en el gobierno actualmente</li> <li>- candidato no panista, poco identificado con la línea dura del PAN y con capacidad de generar identificaciones más amplias</li> <li>- el electorado podría pensar en darle la oportunidad de gobernar, "la tercera es la vencida"</li> <li>- experiencia de gobiernos panistas en otros estados del país eficientes y honestos</li> <li>- Vicente Fox es actualmente el primero en las preferencias de los capitalinos a la Presidencia de la República</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- el PAN tiene todavía el costo político de haber apoyado al PRI en diversas reformas poco populares y el FOBAPROA. No se le logra identificar como una verdadera opción alternativa, una verdadera oposición.</li> <li>- Se ha posicionado muy bien la idea de que el PAN es un partido conservador y de "mochos"</li> <li>- Realizó elección democrática, pero no abierta de su candidato</li> </ul>

### 3. Estrategia de campaña que deberá seguir cada partido para ganar la elección

#### PARTIDO ESTRATEGIA

PRI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar posicionar ampliamente la imagen del candidato</li> <li>- Posicionar la imagen del nuevo PRI</li> <li>- No identificarse con la campaña a la Presidencia de la República</li> <li>- Discurso propositivo, idea de democracia como idea principal</li> <li>- El PRI tiene que asumirse y actuar como el nuevo PRI.</li> </ul>
PRD	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Posicionar al Partido más que al candidato</li> <li>- Buscar la identificación con la campaña de Cuauhtémoc Cárdenas</li> <li>- Discurso que prometa poco</li> <li>- Anuncios con excelente mercadotecnia que muestren al electorado los logros del actual gobierno</li> <li>- Discurso no violento</li> </ul>
PAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explotar al candidato y no al partido</li> <li>- Identificar la campaña con la de Vicente Fox</li> <li>- Campaña de Santiago Creel primero en los lugares en donde le puede ir bien para generar una imagen de triunfo</li> <li>- Posicionar por medio de anuncios los logros del PAN en otros estados</li> <li>- Discurso propositivo pero ofensivo hacia el PRI, también denunciar errores de Cárdenas pero con menor nivel de agresividad.</li> </ul>

### 4. Factores de la elección de 1997

#### PARTIDO FACTORES 1997

PRI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amplio descontento hacia el PRI por identificarlo como culpable de los males del país</li> <li>- Candidato electo por "dedazo"</li> <li>- Campaña tradicional, poco voluntariado, personas pagadas poco comprometidas con la causa</li> </ul>
PRD	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Candidato con legitimidad, símbolo de una verdadera oposición</li> <li>- Factor psicosocial (más que político) la gente en verdad veía en Cárdenas una opción de cambio</li> <li>- Campaña de voluntariado, jóvenes "brigadas del sol", alegre, campaña en las calles</li> <li>- Excelente marketing en anuncios de televisión: Cárdenas sonriente, anuncios optimistas, alegres.</li> <li>- Discurso muy propositivo, demasiadas propuestas</li> </ul>
PAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Candidato peleado con la prensa, candidato identificado con el PAN tradicional. En ese momento el PAN tenía una pésima imagen por rumores de minifaldas, etc.</li> <li>- Mal marketing, la imagen del candidato no se manejó bien, los mensajes eran tristes, melancólicos, depresivos.</li> <li>- Campaña mal planeada (la hizo gente de Yucatán), primero fue a lugares donde no lo querían y se dio al principio una imagen de derrota.</li> <li>- Cuando se publican las primeras encuestas los panistas se derrotan, éstas causaron tal efecto que se hizo muy poca campaña en las calles, poca alegría, se perdió el entusiasmo.</li> </ul>

**Elaborado por Margarita Martínez Fisher**

La balanza parece inclinarse actualmente a favor de Jesús Silva Herzog, candidato del PRI a la jefatura de gobierno de la capital del país. La «foto de salida» lo ubica en primer lugar. Sin embargo, un mal enfoque o estrategia de campaña podría complicar las cosas ante un electorado muy volátil y veleidoso, como es el capitalino, tal como se demostró en 1997. El análisis no incluye a Marcelo Ebrard que va a dar más dolores de cabeza de lo que se imaginan.

### 5. Escenarios

SUPUESTO	PARTIDO QUE GANARÍA
Nada cambia del día de hoy hasta la elección. Todo sigue igual	PRI (las tendencias en encuestas así lo indican)
Elección presidencial influye en la elección del DF	PAN (Vicente Fox es el primer lugar en preferencias del electorado capitalino)
Elección presidencial no influye	PRI

damnificado, el cual incluso tuvo que validar con su presencia la toma de posesión del gobernador Arturo Montiel, pues qué conflicto postelectoral puede hacer alguien que queda en tercer lugar.

10. En Guerrero el PRD tenía al mejor candidato, a un *cocacolero* como Fox, el doctor Jaime Castrejón, que hubiera pasado a la historia como el primer candidato apoyado conjuntamente por el PAN y el PRD. Castrejón sin embargo no podía ganar al interior del PRD, aunque la tenía ganada hacia afuera. En cambio Félix Salgado Macedonio ganaba hacia adentro, pero perdía hacia afuera, como sucedió. Los perredistas se empeñaron en ganar la guerra interna, pero perder la externa. Ganaron el partido, pero perdieron la gubernatura. La prueba de la equivocación la da el hecho de que meses después, Zeferino Torreblanca, otro empresario del PRD que apoyaba a Castrejón, obtiene el triunfo en Acapulco, con el apoyo de los panistas y de la sociedad civil.

11. El PAN también ha cometido graves errores de enfoque y de estrategia. El más grave, el más difícil de entender, ha sido el porqué Diego Fernández de Cevallos, que le ganó el debate a Zedillo en 1994, luego se fue de vacaciones. Porqué Diego no quiso ser presidente del PAN, jefe de gobierno de la ciudad de México -él si le hubiera ganado al ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas y no el inefable Carlos Castillo Peraza quien estaba peleado no sólo con la prensa, sino contra él mismo, su soberbia intelectual le generaba miopía estratégica-. Porqué Diego no quiso ser ahora nuevamente candidato a la presidencia de la república o a la jefatura de gobierno de la capital del país. En cualquiera de esas dos posiciones tendría una situación ganadora. Pero Diego no sólo no quiere ser candidato, sino que se dedica a ponerle piedras en el camino a Vicente Fox, el candidato que tiene más posibilidades de triunfo en la historia del PAN. Si Diego no quiere simplemente debería hacerse a un lado -¿tiene envidia de Fox? ¿tiene un pacto con Salinas para no dejar ganar al PAN? ¿lo compraron? ¿lo amenazaron? ¿lo tienen sentenciado? ¿acaso Fox, por malo que sea para Diego, es peor que el PRI?-. Los priístas comentan jocosamente que deberían hacerle justicia a Diego y ponerle una estatua en Insurgentes Norte, en la explanada del PRI, por los favores que le ha hecho al partido. Diego podría ser acusado de traidor al PAN si sigue boicoteando y sabotando las aspiraciones presidenciales de Vicente Fox. Incluso muchos consideran que él fue quien abortó la alianza opositora, con lo cual el PAN dejó pasar de largo el tren de la historia.

12. Otro error de enfoque estratégico del PAN se da en 1997. Cuando el PAN tenía una posición ganadora, toda la sociedad quería afiliarse a ese partido para aprovecharse de su "boom". Sin embargo, los panistas, en vez de convertirse en "una esponja" que absorbiera a la sociedad deseosa de meterse a la política, cerró sus

puertas, porque muchos panistas envidiosos no consideraban "justo" que otros vinieran a capitalizar o a cosechar el esfuerzo o la siembra que ellos había hecho. Incluso Castillo Peraza decía que no se valía que él que había "picado piedra" dejara pasar a quienes querían utilizar al PAN sólo como un "trampolín" para llegar al poder. El resultado fue el desplome del PAN, que había empezado en el primer lugar en 1997 en la ciudad de México y acabó en el tercer lugar.

Como se puede ver, los errores de enfoque y de estrategia política se pagan muy caro. El PRD también ha tenido aciertos de enfoque, como en 1997 aliarse con la sociedad, o en Nayarit, Tlaxcala o Zacatecas, en hacer alianzas con ex priístas para ganarle al PRI en entidades que se consideraban eminentemente priístas. Otro acierto del PAN y el PRD fue aliarse en la Cámara de Diputados, aunque luego el PAN prefirió regresar a las concertaciones con el PRI para aprobar el Fobaproa y recurrir al "voto de la responsabilidad" para validarle al PRI sus presupuestos de egresos y sus leyes de ingresos. En el pecado llevarán la penitencia.

### **Cuando cambia un paradigma, todos retornamos a cero**

La lucha para el 2000 será una guerra de enfoque y estrategia. Quien mueva mejor sus piezas, quien haga las mejores jugadas, quien haga contra-enfoque y contra-estrategia, será quien obtenga la presidencia de la república. Quien piense que el resultado ya está decidido se equivoca. Todavía no se conoce el final de ésta película. Quien así piense simplemente por querer ver que todo se va a resolver como siempre, va a dejar de percibir todo lo que está ocurriendo como nunca.

No hay que olvidar la más importante lección que siempre debemos tener presente: "cuando cambia un paradigma todos retornamos a cero". Quien no entienda esto, simplemente no está entendiendo nada.

### **Notas:**

\* Un connotado priísta comenta que un día lo nombraron comisionado para ir a un pueblo con la consigna de que la gente eligiera democrática y libremente a quien querían fuese su candidato. Cuenta que llegó al pueblo y le comentó las instrucciones que tenía a los priístas. Estos no le creyeron y le dijeron: "ándale, no la hagas de emoción, ya dinos quién va a ser el bueno". El insistió que "no traía línea" y que el candidato lo tenían que elegir ellos. Los priístas seguían sin creerle y le insistían "Ya dinos quién va a ser el candidato". Les volvió a repetir que no había línea y que lo tenían que elegir ellos. Cuando comprendieron que la cosa iba en serio, entonces muy preocupados le explicaron que si lo trataban de decidir entre ellos eso iba a causar divisiones y conflictos y entonces le pidieron que si no traía "línea" del centro, entonces que él escogiera a uno de ellos, es decir, que él diera la "línea" y que entonces todos iban a aceptar al elegido, se iban a mantener unidos, disciplinados y lo iban a apoyar. Entonces él, con todo el dolor de su corazón, no tuvo más remedio que imponer a quien creía podría ser el mejor candidato y todos felices y contentos. Los priístas han sido anti-democráticos de esencia, aunque ahora quieran aparentar lo contrario. ©

**6. Perspectivas personales de candidatos, oferta de proyecto, triunfo e implicaciones para la ciudad de México**

<b>PARTIDO</b>	<b>PERFIL</b>	<b>OFERTA Y POSIBILIDAD DE TRIUNFO</b>	<b>IMPLICACIONES PARA LA CIUDAD DE MEXICO</b>
Jesús Silva Herzog, PRI	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Familia renombrada en aspecto político y académico.</li> <li>- Político con experiencia, poco identificado con su partido porque en cierto momento se distancia dadas las críticas a su actuación como Secretario de Hacienda.</li> <li>- Embajador de México en EU</li> <li>- Académico renombrado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento al servicio de la gente.</li> <li>- Experiencia política al servicio del gobierno del Distrito Federal.</li> <li>- Prudencia, honestidad.</li> <li>- Es el candidato del nuevo PRI</li> <li>- Su posibilidad de triunfo por su perfil es amplio, tiene experiencia y es ampliamente conocido por los capitalinos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobierno experimentado, no habría sorpresas.</li> <li>- Gobierno basado en principios</li> <li>- Gobierno eficaz</li> <li>- Gobierno prudente y que buscaría acabar con la corrupción.</li> <li>- No sería un gobierno muy incluyente, no se concretaría la Reforma Política del Distrito Federal ni se generarían mecanismos de democracia participativa.</li> </ul>
Andrés Manuel López Obrador, PRD	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Politólogo</li> <li>- Tabasqueño</li> <li>- Antes priísta, hoy perredista</li> <li>- Carrera política en Tabasco, luego proyección nacional como Presidente del CEN del PRD</li> <li>- Perfil como crítico del sistema, en su época el PRD logra el mayor crecimiento de su historia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuidad del proyecto cardenista</li> <li>- Imagen, forma de hablar y de expresarse no es capitalina, en el DF el electorado no se identificará fácilmente con él.</li> <li>- Por su perfil, la posibilidad de triunfo es muy poca. Considero que será mejor dar publicidad al partido y enfocar campaña de Cárdenas al DF.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobierno que se dice democrático pero que no lo es en verdad, poco incluyente, clientelista (así ha sido el gobierno de Cárdenas, AMLO continuaría el proyecto)</li> <li>- Gobierno con poca sensibilidad por no conocer la realidad política del Distrito Federal</li> </ul>
Santiago Creel Miranda, PAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abogado</li> <li>- Ingresó al PAN muy recientemente (no es militante)</li> <li>- Amplia experiencia en la sociedad civil, generador del diálogo para las más importantes reformas electorales</li> <li>- Como diputado federal encabezó los intentos de juicio político a dos figuras significativas del PRI: Madrazo y Cervera Pacheco.</li> <li>- Esfuerzos fallidos de Alianza por México</li> <li>- Académico, tema principal: democracia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobierno incluyente, no tiene el perfil del panista tradicional</li> <li>- Gobierno democrático</li> <li>- Conocimiento al servicio del gobierno y de la sociedad</li> <li>- Honestidad, amplio esfuerzo por terminar con la corrupción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gobierno poco dogmático, poco ideologizado, no sería un gobierno radicalmente panista.</li> <li>- Amplios esfuerzos por generar consensos y diálogo con otras fuerzas políticas y con la sociedad civil.</li> <li>- Gobierno medianamente eficaz.</li> <li>- Gobierno honesto.</li> <li>- Gobierno basado en principios</li> </ul>

## Carrera al año 2000

### ELECCIONES PRESIDENCIALES EN LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA

*Por Joaquín Bueno, Rebeca Enríquez, Claudia Trejo, Pablo Céspedes, Ileana Rossel, Ana María Palacios, Laura Sánchez y Jocelyn Garayoa*

En el año dos mil el interés del mundo se centrará, aún más, en la política interna de los Estados Unidos de Norteamérica. Es año de elecciones presidenciales: el triunfador inaugurará la política mundial del nuevo milenio, y decidirá la agenda global de los próximos cuatro años, tal vez ocho.

La pelea está hirviendo: en Estados Unidos, cuatro talentosos y populares políticos- Al Gore y Bill Bradley se disputan la candidatura del Partido Demócrata; y George W. Bush y John McCain son los principales actores en las elecciones internas del Partido Republicano- han dominado encabezados y debates durante todo el año; tratando de ganar el voto de sus millones de libres -y volubles- ciudadanos. Los temas que influirán esos votos son más complejos y exigen compromisos políticos mucho más delicados que en las elecciones anteriores. Los votantes estadounidenses están pendientes y muy sensibles a cualquier palabra, movimiento, noticia, chisme, de los cuatro precandidatos más importantes.

Queremos que este ensayo presente un mapa de las elecciones presidenciales en Estados Unidos: perfiles, debilidades y atractivos de los precandidatos; los temas que serán decisivos; y la implicaciones que éstos tienen para la política internacional.

#### ACTORES Y DEBATE

Al principio del año, cuando empezaron a sobresalir los principales contendientes en la campaña presidencial en Estados Unidos, parecía que las nominaciones habían terminado antes de ni siquiera empezar. Del lado Republicano, la única pregunta era quién escogería George W. Bush como candidato a vicepresidente. Y Al Gore parecía ser el único candidato Demócrata posible. En los últimos seis meses, sin embargo, el panorama se ha vuelto mucho más interesante- y confuso.

George W. Bush dijo de sí mismo, en una entrevista para *The Wall Street Journal* hace un mes, "Yo nunca he dicho que soy un gran genio, pero soy bastante listo. Y tengo un buen sentido común y buenos instintos. Y eso es lo que la gente quiere de su líder". En Texas, a Bush lo conocen como un hábil administrador, que posee confianza y claridad al tomar decisiones. Los objetivos de sus políticas han sido, en su mayoría, sencillos y comprensibles, y se ha apegado a su agenda con una disciplina admirable. La fuerza del inicio de su campaña estaba impulsada principalmente por su carisma y su destreza política. Pero en éstos últimos ocho meses, en la esfera nacional, ha aparecido otra imagen de Bush- la de un candidato inseguro y dependiente de sus colaboradores, amigable pero faltante de sustancia, que aparece sobrepasado por los asuntos delicados de política internacional que debe considerar un presidente. Aún más preocupante es que algunas preguntas sobre preocupaciones nacionales han producido discursos sin demasiada sustancia. El miedo más grande de los norteamericanos respecto a Bush

es: que se repita su actitud en la universidad, cuando tenía el potencial pero no el interés ni la dedicación, cuando sea presidente- y simplemente no le interesen los problemas de la política norteamericana.

La oposición más seria a George W. Bush dentro de su partido es la candidatura del senador John McCain, la figura más cerca de la derecha tradicional conservadora en la contienda. Aunque últimamente se haya hecho de una reputación algo más libertina, la realidad es que el récord de sus votos como senador se mantuvo siempre de lado ultra-conservador. Pero hay otras razones por las que McCain es popular: fue un héroe de la Guerra de Vietnam; es auténtico y le ha importado poco herir sensibilidades políticas poderosas cuando tiene que defender algún tema que le es importante; su preocupación por la humildad y la sencillez es atractiva en un año en que los ciudadanos a menudo se han quejado del exceso en los gastos de las campañas. Hasta ahora, esto no ha sido suficiente para que alcance la cantidad de votos que Bush tiene. Pero ha estado incrementando su popularidad paulatinamente, y en los siguientes meses seguirá haciendo que Bush trabaje extra.

En el Partido Demócrata la lealtad de sus integrantes no está dividida ni tan clara, ni tan estáticamente. Al Gore lanzó su candidatura impulsado por la fuerza que le dio la herencia del 'milagro económico Clinton-Gore'. Y Al Gore es, además, un reconocido político de carrera. Sumado a esto, está la fuerza que de entrada le dan los votos de los sindicatos y las organizaciones laborales, votos que le dan sin exigencias por el simple hecho de ser el vicepresidente de Clinton- aunque últimamente éstos le han dicho que pueden llegar a faltarle si no define una clara posición respecto a China en la OMC. Gore es un ambientalista que siempre ha tenido claras metas y objetivos. Sin embargo, no habla mucho de detalles y explicaciones- él las conoce y espera lo mismo de sus votantes. Para los observadores políticos norteamericanos, la campaña de Al Gore se ha vuelto preocupante: en las últimas semanas las encuestas lo colocan consistentemente entre 10-20 puntos por debajo de George W. Bush. No es por falta de atracción sino que, los votantes lo describen como "admirable" y "respetable", y aún no están preparados para votar por él. La explicación más convincente para éste fenómeno es que le ha pegado la "fatiga de Clinton", un disgusto apático por toda la Administración. Gore ha tratado de marcar su distancia de Clinton hablando de "retomar la Casa Blanca"- pero es difícil hacerlo y al mismo tiempo ganar crédito por el favorable crecimiento económico.

Bill Bradley, al principio considerado un suceso anormal, hoy se ha convertido en una opción viable; aunque las encuestas aún lo muestran muy por debajo de Al Gore, está ganando votos rápidamente. Una ventaja de Bradley- algunos la llaman desventaja- es que obtuvo reconocimiento aún antes de involucrarse en la política, fue jugador profesional de béisbol. Bradley se ha presentado al electorado como un ciudadano común, quiere platicar con las asistentes a sus eventos en vez de discursar en largos monólogos; quieren terminar con las grandes compañías

multimillonarias, volver a las cosas importantes; quiere dar un seguro médico comprensivo a todo el país. Se ha vuelto el más agudo dolor de cabeza de Al Gore, quien nunca pensó que se le tomaría en serio. Y sigue ganando votos.

Y, bueno, dentro de los “también quieren”, están varios pequeños candidatos que tienen mínimos -si tienen algo- votos, pero que también se han involucrado en las guerras de información y de palabras a través de los medios. Desde Steve Forbes, un magnate de la publicidad, que se ha dedicado a criticar a Bush; hasta Bernie Palicki, un Independiente de Alabama que ha organizado su campaña entera a través del Internet. Cada uno de los pequeños candidatos quieren llamar la atención a sus temas de interés, incluirlos en las agendas de los que realmente ganen las candidaturas. No importa si nunca tienen mucha fuerza, el hecho de que existan y ganen algunos votos significa que hay nichos a los que ninguno de los precandidatos más fuertes ha podido llegar aún.

### ANTECEDENTES... Y CONCLUSIONES

En noventa y nueve por ciento de las campañas electorales el tema principal es ganar o perder ese particular concurso. Pero ocasionalmente sucede una campaña que cambia la perspectiva electoral para toda una generación. La disputa por la presidencia estadounidense en el 2000 podría ser una campaña así. Y una comparación histórica que podrá ser algo arcaica, pero que ha sido muy mencionada, revela cómo se podría dar esta situación. “Todos los involucrados en las campañas”, dice el historiador Marshall Wittman, “están interesados en las elecciones del ‘96”. No las de 1996. Se refiere a la campaña de 1896.

Ese año, William McKinley derrotó a William Jennings Bryan por 7.1 millones de votos, contra 6.5 millones. Por casi todo este siglo, ésta ha sido vista como única, en una larga fila de aburridos concursos donde los ganadores se

distinguieron poco. Pero la campaña de 1896 fue, en algunas maneras, la primera campaña moderna. El equipo de McKinley lo lideró un franco, amigable, magnate llamado Marcus Alonzo Hanna, quien resultó ser el primer gran coordinador de campaña de la historia norteamericana.

Hanna recaudó 3.5 millones de dólares en contribuciones- esto no tenía precedente. Y mientras el candidato, que era el gobernador de Ohio, estuvo casi todo el tiempo prometiendo “tres comidas diarias” a los votantes que le eran llevados a la entrada de su casa para escucharlo, Hanna mandó al establecimiento republicano a todo el país, en una campaña incansable. Teddy Roosevelt, quien más tarde fue el vicepresidente de McKinley, alguna vez dijo disgustado que Hanna había “promocionado a McKinley como medicina patentada”. Los periódicos caricaturizaban a McKinley como un muñequito de trapo que colgaba de los bolsillos de Hanna.

Aún así, la campaña fue un triunfo. El historiador James MacGregor Burns escribió que “alrededor de su aparente victoria había un aire de predestinación”. Y si el aparentemente predestinado George W. Bush tiene éxito, será el primer gobernador, desde McKinley, que sin dejar su puesto, se convierta en presidente.

Las comparaciones son profundas: al ganar la elección, McKinley y Hanna redefinieron su partido para asegurar el dominio republicano por casi treinta años. Lo hicieron fortaleciendo sus nexos con los nuevos empresarios industriales y financieros (por ello todo el dinero), y apoyando los intereses de los millones de inmigrantes que estaban llegando a Estados Unidos. McKinley ahogó las ciudades de propaganda en alemán, checoslovaco, italiano, noruego, sueco, y cualquier otro idioma que hablaran los inmigrantes. Igual de importante: él y Hanna limitaron la influencia de los más viejos representantes de su partido, quienes aún estaban tratando de recuperar las pérdidas de la Guerra Civil, tema que había dominado la política desde 1860.



*La Carpeta Púrpura*

### TALON DE SUSCRIPCION

(precios vigentes a partir del 15 de noviembre de 1998)

	Precio DF	Precio Provincia
( ) Trimestral	\$ 1,822. <sup>50</sup>	\$2,004. <sup>75</sup>
( ) Semestral	\$ 3,442. <sup>50</sup>	\$3,786. <sup>75</sup>
( ) Anual	\$ 6,480. <sup>00</sup>	\$7,128. <sup>00</sup>
<b>Precio del ejemplar</b>	<b>\$ 337.<sup>50</sup></b>	<b>\$371.<sup>25</sup></b>
<b>Ejemplar atrasado</b>	<b>\$ 253.<sup>00</sup></b>	<b>\$278.<sup>00</sup></b>

(precios exentos de IVA)

Puede suscribirse a los teléfonos 5662-9086, 5662-3152, 5662-3244 o al fax 662-1577, o envíe este talón y cheque a nombre de SEPMI, SA de CV a Av. Revolución 1448 Despacho 1. Col. Guadalupe Inn CP 01020 México, D.F. Puede realizar sus pagos en efectivo o con las tarjetas de crédito *American Express* o *Diners Club*. A vuelta de correo recibirá su factura y copia fotostática del R.F.C. Atención: Lic. Mónica Castillo.

NOMBRE: \_\_\_\_\_

CARGO: \_\_\_\_\_

COMPAÑIA: \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_

CIUDAD: \_\_\_\_\_ ESTADO: \_\_\_\_\_

CODIGO POSTAL: \_\_\_\_\_ TEL: \_\_\_\_\_

FAX: \_\_\_\_\_ CHEQUE: \_\_\_\_\_

TARJETA DE CREDITO: \_\_\_\_\_

No es difícil ver porqué George W. Bush y su coordinador de campaña, Karl Rove, ven a McKinley y Hanna como modelos. Bush, también ha recaudado cantidades de dinero sin precedentes- 57 millones de dólares a finales de septiembre. Ha estado muy ocupado convenciendo a los nuevos millonarios de *Silicón Valley* que tienen mucho en común con el Partido Republicano- es fiscalmente conservador, escéptico ante la intervención del estado, opositor de los abogados litigantes y socialmente libertino. (Este último es complicado, requiere que Bush se distancie de la derecha religiosa, como McKinley tuvo que hacerlo de la vieja guardia republicana).

Y, justo McKinley atrajo a los inmigrantes europeos de finales del s. XIX, Bush está tratando de atraer a los latinos en el XX. Lionel Sosa, cabeza de la agencia de publicidad de habla hispana más grande, no deja de aplaudirle el que haya tomado a los latinos en cuenta desde el principio de su campaña, en vez de pegar un pedazo de latino al final de una campaña básicamente anglófona.

Cuando convirtieron a los Republicanos en el partido de la nueva economía industrial norteamericana, McKinley y Hanna empezaron tres décadas de ascendencia. Su partido ganó siete de las nueve elecciones siguientes, y su dominio no terminó hasta la Depresión. De manera similar, Bush y Rove esperan que su partido sea la organización que represente a la “nueva economía” y llegar a dominar la política norteamericana durante la próxima generación.

Es un prospecto ambicioso, pero tiene un color de plausibilidad. La economía de los Estados Unidos está atravesando por un periodo de transformación, de una economía industrial en una economía de información, comparable al de hace un siglo, cuando los campesinos se mudaban en masa a las ciudades. El país también está padeciendo la más grande ola de inmigración desde el principio del siglo; en términos absolutos, la misma cantidad de inmigrantes llega hoy a los Estados Unidos que en los años pico anteriores a 1914. En 1998, 9.3% de la población

era de origen extranjero, comparado con 13.6% en 1900.

A pesar de todo esto, es poco claro si el país, o la misma campaña de Bush, está realmente preparado para la clase de transformación política que inició McKinley. No hay ningún ambiente de crisis, como el que rodeaba las elecciones de 1896. Esos eran tiempos de profunda recesión, y el día anterior a las votaciones Roosevelt dijo que una victoria para Jennings Bryan (que era un gran líder populista) hundiría al país en “una de las mayores crisis para nuestro destino nacional, superada sólo por la Guerra Civil”. Hoy es difícil imaginar que Gore o Bradley pudieran provocar tal histeria. Ni están tampoco los dos grandes partidos norteamericanos, a pesar de la creciente debilidad de la lealtad de sus votantes, pendiendo de sus últimos hilos, como parecían estarlo en 1986, cuando el *Heraldo Mexicano* escribió que ambos, los Republicanos y los Demócratas tenían “la vitalidad de un pez gato disecado”.

Más aún, nadie está seguro de qué tan lejos está dispuesto a ir George W. Bush para atraer nuevos votos. Los convencionales opinan que logrará triunfar si puede recuperar los votos que apoyaron a Ronald Reagan, pero que abandonaron al partido cuando surgió Newt Gingrich. Eso requiere que dé garantías de las promesas originales en la plataforma republicana, sin buscar alguna gran fuerza electoral. Y promesas tranquilizadoras pueden no ser suficientes para el electorado latino, quien sigue siendo mayoritariamente demócrata.

#### FUENTES

1. Periódico, *THE WALL STREET JOURNAL*  
Septiembre- Noviembre, 1999
2. Revista, *THE ECONOMIST*  
Enero- Noviembre, 1999



## La Carpeta Púrpura

Director General: Yuri Serbolov

Editada por:  
Servicios Especiales de Publicidad, Promoción e Información, SA de CV  
Av. Revolución 1448 Despacho 1. Col. Guadalupe Inn CP 01020 México, DF  
Suscripciones al teléfono 5662-3152, 5662-3244, 5662-9086 fax 662-1577.  
Publicación Quincenal.  
Tiraje 500 ejemplares. Distribuidos por la misma empresa.  
Miembro No 1740 de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana  
Certificados de Licitud de Título No. 3836 y de Contenido No. 8599 de la  
Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas  
Franqueo pagado. Publicación Periódica. Permiso Num: 082 0987  
Características: 216251209. Autorizado por Sepomex  
Reserva de Derechos de Autor No. 521-87. No. de Control 10306. Dirección  
General del Derecho de Autor. SEP. 20 agosto de 1993.  
Editor responsable: Yuri von Berner Serbolov Palos. Los autores se  
responsabilizan del contenido de los artículos firmados. No se permite la  
reproducción parcial o total. Impresión: S.G. Profesionales. Eje Central  
Lázaro Cárdenas 339-C Col. Buenos Aires México, DF.  
Dirección de Correo Electrónico: 102212,1452@compuserve.com  
Prohibido sacar y distribuir fotocopias

#### INDICE

AÑO XIII No. 306 23 de Diciembre de 1999

Enfoque, Estrategias y Publicidad Electoral	
<b>NUEVA GUERRA POR EL PODER .....</b>	<b>1</b>
Elecciones en el Distrito Federal	
<b>FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LOS</b>	
<b>ASPIRANTES</b>	
Examen sobre elecciones D.F.	
Por Ana Ma. García de Letona.....	5
Factores a favor y en contra de cada partido	
para ganar en el Distrito Federal	
Por Margarita Martínez Fisher .....	6
Carrera al año 2000	
Elecciones Presidenciales en los Estados	
Unidos de América .....	10
Directorio e Indice .....	12