



# La estrategia del miedo: la elección presidencial de 2006

ANDRÉS VALDEZ ZEPEDA

Doctor en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Nuevo México.

Investigador de la Universidad de Guadalajara.

Temerás... o serás maldecido.  
Plegaria religiosa

La creación de miedo entre la población, con fines de control y disuasión, ha sido una estrategia muy común usada en la política, desde tiempos inmemorables. Lo mismo ha sido utilizado bajo sistemas políticos autoritarios, totalitarios o democráticos. En el pasado, la usaron los romanos tanto para cohesionar a sus ejércitos ante el peligro de la división interna que los hacía vulnerables o para atemorizar a sus enemigos. Napoleón acudió a la estrategia de simulación de "miedo" para engañar y hacer creer a sus adversarios de su supuesta debilidad militar, lo cual fue utilizado como estrategia de guerra. Después, los usaron los grandes dictadores como Hitler, Mussolini, Stalin y Franco (Reich 1973, Lasswel 1963) para atemorizar a la población e imponer sus decisiones e intereses.<sup>1</sup> Hoy día, bajo sistemas democráticos modernos, se acude, también, al artilugio del miedo para ganar votos y acceder a puestos de elección popular.<sup>2</sup> En el 2004, por ejemplo, George W. Bush lo usó como estrategia central de campaña para ganar la elección presidencial en Estados Unidos y reelegirse por cuatro años más.

Como instrumento de control, el miedo es una estrategia muy antigua, utilizada no sólo por políticos sino también por las diferentes religiones, creando distintos y perniciosos "diablos apocalípticos," de quienes ellos aseguran dar protección o salvación. De esta forma, han logrado la conversión religiosa de millones de individuos.

En América Latina, bajo los regímenes dictatoriales del siglo pasado se impulsó el miedo como política de Estado, para controlar y embelesar a la población. De esta forma, se realizaron verdaderas campañas de terror para hacer que la población se atemorizará a través de diferentes amenazas y hechos represivos. Su propósito fue influir o determinar la conducta políti-

ca de las masas mediante amenazas explícitas o implícitas y actos de terror, como las detenciones, desapariciones y asesinatos de luchadores sociales (Baró y Montero 1987, Garretón 1988, Gray 1986).

En México el miedo también ha sido usado como estrategia electoral. Porfirio Díaz, por ejemplo, apelaba a la continuidad y permanencia de su *paz porfiriana*, que, según decía, había permitido el desarrollo económico y la modernización del país. En tiempos recientes, Ernesto Zedillo Ponce de León ganó arrolladoramente la elección presidencial en 1994, explotando el miedo de la población de que la violencia política pudiera generalizarse, después de los arteros asesinatos de Luis Donaldo Colosio y de Francisco Ruiz Massieu, así como del levantamiento armado de los indígenas en Chiapas.

En su momento, Francisco Labastida Ochoa, entonces candidato del PRI a la presidencia de la república, también acudió al expediente del miedo para tratar de evitar que Vicente Fox ganara la elección en el año 2000, argumentando que si la oposición conquistaba la presidencia, se generaría un desastre económico, pérdida masiva de empleos, una fuga general de capitales y el cierre de muchas dependencias públicas como el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Petróleos Mexicanos (Pemex), la Comisión Federal de Electricidad (CFE) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), entre otros, además de que se pondría en peligro, según decían, la educación pública (cosa que tampoco sucedió).

Hoy, los tres principales candidatos a la presidencia de la República acuden a la estrategia del miedo para tratar de ganar la elección. Por ejemplo, Calderón señala que sus principales contrincantes (Madrazo y López Obrador) representan el pasado de corrupción, autoritarismo y demagogia. Su idea es generar miedo entre los electores para que estos teman "regresar al pasado" que significa, según dice, una mezcla de populismo, crisis económicas y corrupción.



Madrazo, por su parte, publicita que López Obrador representa las políticas populistas contrarias al desarrollo de la empresa, la inversión privada y el libre mercado. De Felipe Calderón apunta que “representa la ineptitud, la falta de rumbo y la incapacidad en el gobierno.” Sin embargo, su estrategia central consiste en generar temor y dudas, principalmente entre las clases medias y altas de la población, para tratar de evitar que apoyen al candidato de la coalición “Por el Bien de Todos.” Finalmente, AMLO afirma que los candidatos del PRI y del PAN representan los intereses de las oligarquías, de los conservadores y del capital transnacional, quienes han mantenido al país en el subdesarrollo. Su estrategia consiste en asociar a Calderón y Madrazo como los responsables de la pobreza, la falta de resultados y la alta corrupción existente en el país.<sup>3</sup>

### Teoría política del miedo

De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2006), el miedo (del latín *metus*) significa “una perturbación angustiosa del ánimo del individuo por una percepción de riesgo o daño real o imaginario”. Implica, también, “un recelo o aprensión que un sujeto tiene de que le suceda una cosa contraria a lo que desea”.<sup>4</sup>

El término se usa, comúnmente, como sinónimo de temor, fobia, horror, pánico, o terror, aunque éstos son proporcionalmente diferentes, ya que cada uno de los términos implican un estado de perturbación emocional distinto en grado, nivel y magnitud. Así por ejemplo, quien tiene programada una fiesta familiar al aire libre puede temer que llueva ese día y, por lo tanto, se le arruine su festejo, lo cual puede generarle un estado de angustia menor, ya que los daños que se puedan causar pueden ser mínimos (no se pone en riesgo su vida). Sin embargo, si estamos ante la presencia de un fuerte huracán que ya ha generado desastrosas inundaciones, el pronóstico de más lluvia puede generar terror entre la población que se puede ver afectada por tal desastre natural, ya que se ponen indudablemente en riesgo su vida y sus pertenencias. Se puede decir que el miedo depende de la percepción y experiencia que los individuos tengan de un determinado riesgo real o imaginario, que les pueda afectar.

Desde la antigüedad, el miedo ha sido sujeto de descripción, estudio y análisis. En la mitología griega, por ejemplo, se da cuenta del rey Egeo, quien tramó la muerte de su hijo Teseo, por temor de que el

pueblo ateniense prefiriese al apuesto y popular joven guerrero para ocupar su lugar. Aristóteles lo definía como “la espera de un mal”. Por su parte, el filósofo estoico Epicteto dijo que “si por miedo u odio entronizas a tu enemigo en tu corazón, acabaras por obedecerlo como si fueses su esclavo.” Es decir, quien hace de su enemigo su principal preocupación, termina por someterse. En el siglo xx, Pavlov (1926) señaló que el miedo generaba ciertas alteraciones fisiológicas y psicológicas asociadas a un estímulo determinado o indeterminado.

El miedo ha sido estudiado, también, desde diferentes perspectivas, sea psicológica, sociológica o política, así como por diferentes autores y analistas. Freud, Fromm, Maquiavelo, Sartre, Canetti y Bulhan, son sólo algunos de los más representativos.

Desde la perspectiva psicológica, el miedo es considerado como una de las más antiguas emociones humanas y un factor motivacional que genera diferentes reacciones psíquicas y conductuales que afectan al sujeto, inhibiéndolo o provocando distintas reacciones. De acuerdo a Manuel Quintanar Díez (1998), el miedo es la emoción-choque de defensa ante un peligro eminente (real o putativo), normalmente reconocido como tal por el individuo que lo experimenta.

Tener miedo resulta algo normal en el ser humano. De hecho, el miedo es la forma más común de organización del cerebro primario de los seres vivos. Se trata de un esquema orgánico de supervivencia, que se encuentra en la mente del individuo. Es una advertencia emocional de que se aproxima algún daño sea éste real o ficticio. De esta forma, el miedo es una emoción que sirve para iniciar el escape y evitar peligros y amenazas, reales o irreales, para asegurar la supervivencia.

El miedo como emoción humana es, además, omnipresente y está muy arraigado entre la gente. De esta forma, el problema que enfrentan los políticos es que el elector teme en exceso. Teme a todo y a todos.

En la relación entre miedo y política se pueden encontrar dos corrientes teóricas centrales: la hobbesiana, que entiende la política como una respuesta al miedo y la otra próxima a Montesquieu en la que el orden es sinónimo de seguridad. Est autor afirma que el miedo parece ser el principio de acción que da forma al vínculo político de las “democracias reales contemporáneas.”<sup>5</sup> Es decir, de acuerdo a su concepción el miedo genera y, muchas veces, condiciona el comportamiento político de los individuos, por lo que es utilizado como estrategia para alcanzar



ciertos propósitos, algunas veces perversos, en las democracias modernas.

Rubén Fernández (2006), señala que si el Estado no tuviese enemigos, tendría que inventarlos. Un Estado sin enemigos temibles (reales o imaginarios) es un Estado débil; pues el poder necesita, por encima de todo, que la población tenga miedo. Mientras que el Estado tenga enemigos, la población vivirá con miedo y cuando la gente tiene miedo, el Estado está a salvo.

### La estrategia del miedo

La política es un campo en la que el miedo siempre está presente, en sus diferentes manifestaciones, niveles y usos, afectando a diversos grupos e individuos, ya que puede dar lugar a distintas acciones conductuales y/o a diversas formas de acción preventivas.

De hecho, el miedo es un gran movilizador de emociones, que genera ciertos efectos en la conducta de los individuos, por eso ha sido utilizado exitosamente durante muchos años por los políticos. Mira y López (1957), señala que el miedo es un testimonio emocional que genera efectos concretos en la conducta del hombre. Por su parte, Ángel Rodríguez Kauth (2004) afirma que el miedo es el gran motor dinamizador de la evolución del hombre. El miedo genera lucha o fuga, donde algunos casos, impera el combate y, en otros, el escape o la huida.

Es decir, si el miedo genera efectos e incide en la conducta y comportamiento de la gente, entonces la clase política acude a este artilugio como estrategia para tratar de alcanzar sus objetivos de mantener o alcanzar el poder. De esta forma, el miedo se convierte en la estrategia central para tratar de convencer a las multitudes de que sus adversarios representan ciertos riesgos y así generarles distintos daños y perjuicios.

Debido a esta influencia, el miedo ha sido una estrategia antiquísima, relativamente eficaz, usada en la política por distintos líderes y partidos de diferente impronta ideológica, ya que lo mismo lo han utilizado los gobiernos tanto de izquierda como de derecha, como partidos liberales, demócratas o republicanos. La usó Margaret Thatcher en la Gran Bretaña, Ronald Regan en Estados Unidos, el PRI en su época de partido hegemónico de Estado y, lo utiliza, también Fidel Castro en Cuba o Hugo Chávez en Venezuela.

Existen diferentes tipos y múltiples modalidades del miedo. Por ejemplo, existe el miedo a quedarse sin empleo, el miedo a perder la libertad, el miedo a lo desconocido, a lo diferente, el miedo al escarnio

público generado por una derrota electoral, el miedo creado por los altos niveles de inseguridad pública y criminalidad o el miedo a la pobreza, a perder lo que ya se tiene o ha logrado (aunque esto sea poco), entre otros. Bien podríamos decir que quién posee, teme; temiendo más el que más tiene. A medida que adquiere bienes, fama y poder, el individuo adquiere también el temor a perderlos y eso conlleva la constante preocupación de velar por su salvaguarda. Sólo los más pobres, quienes no poseen nada o casi nada, no temen perder lo que no tienen.<sup>6</sup>

De esta forma, en política la creación de miedo entre los votantes, principalmente los de las clases medias y altas de la sociedad, económicamente hablando, ha sido una estrategia exitosa recurrente durante las campañas electorales.

### El miedo a la mexicana

Como estrategia política, el miedo está siendo utilizado en dos grandes vertientes, aunque de forma un tanto articulada. Por un lado, como instrumento para generar temor, cuestionar certezas, generar sospecha y producir dudas entre los votantes para que éstos rechacen y se opongan a la candidatura de un determinado personaje político. Éste es el caso de los priistas y panistas, quienes durante las actuales campañas, haciendo causa común y presentándose como garantes de la sobrevivencia de la libre empresa y el desarrollo económico, publicitan y afirman que AMLO es el candidato que representa la violencia, el populismo, la demagogia, la corrupción, el “espantachambas” y el desastre económico del país, tratando, por un lado, de dañar su reputación y generarle una identidad negativa y, por el otro, “bajarlo” del liderazgo en las preferencias electorales. De acuerdo a esta estrategia, AMLO es “el ogro malo de la película.”<sup>7</sup>

Por el otro lado, ante un contexto de alta inseguridad prevaleciente en el país, los partidos y candidatos están utilizando el miedo como referente estratégico para que los votantes vean en ellos la mejor alternativa de gobierno que les ofrece seguridad, sea ésta pública, jurídica, social o económica. En este sentido, bien se puede conjeturar que ganará la presidencia de la República, quien mejor logre transmitir a los electores un sentimiento de seguridad, respecto de los temores reales o imaginarios más generalizados existentes entre los mexicanos.<sup>8</sup>

Los candidatos apelan a la estrategia del miedo como vía de impacto en la conducta electoral y de movilización de emociones, tratando de tocar cuerdas



sensibles de los votantes. De esta forma, la política del miedo consiste en crear entre los ciudadanos el temor de que algún candidato y partido llegue al poder y dañe sus intereses, propiedades o posibilidades de desarrollo futuro.<sup>9</sup>

Los miedos a los que están apelando los partidos y candidatos en esta elección presidencial son principalmente el miedo al populismo, el miedo al cambio, el miedo a la demagogia, el miedo al pasado, el miedo a los radicalismos, el miedo a la violencia, el miedo a las crisis económicas (desempleo), el miedo a la corrupción, el miedo al autoritarismo, así como el miedo a la ingobernabilidad y a la inestabilidad.

El candidato objeto principal de acometida por estas estrategias es AMLO, ya que sus opositores han sido relativamente exitosos en generar ciertos temores y dudas entre amplios sectores de la sociedad, principalmente entre las clases medias y altas sobre el futuro económico de la nación.<sup>10</sup>

El otro aspirante, también, afectado es Roberto Mardrazo, a quien se le asocia con la corrupción, las crisis económicas recurrentes y al pasado autoritario. Por su parte, Felipe Calderón es el abanderado que menos temor genera, por su perfil de benignidad que proyecta y por ser el candidato que busca la continuidad del actual gobierno federal, pero, paradójicamente, por esa misma debilidad es él, a los ojos de los electores, el que menos garantiza un combate frontal a la delincuencia.

### Estrategias contra el miedo

Ahora bien, es posible desactivar el impacto de las estrategias y tácticas impulsadas para crear miedo entre los votantes, entre las cuales sobresalen las siguientes:

Primero, la visualización ayuda a dismantelar la estrategia del miedo. Esto es, como emoción, al ser “descubierto”, el miedo tiende a desaparecer o equilibrarse. Si los afectados por una campaña del miedo denuncian ante la opinión pública y pueden dar evidencias creíbles de que el miedo es una estrategia planeada e impulsada por sus contrincantes sólo para manipular a los electores, al ser descubierta dicha pataña, su efecto persuasivo se reduce o, incluso, puede revertirse en contra de sus impulsores.<sup>11</sup>

Segundo, el miedo puede ceder a una contracampaña de miedo o terror más creíble, intensa y poderosa. Por ejemplo, si una estrategia de un candidato o partido político determinado está orientada a generar miedo entre la población sobre las posibles consecuencias que puede generarle un mayor aumento de

la criminalidad si sus contrincantes arriban al poder, esta campaña puede ser revertida si se presentan en ese momento actos terroristas<sup>12</sup> sumamente desastrosos que el gobierno en turno no pudo evitar.<sup>13</sup> Es decir, la estrategia del miedo es combatida por los opositores con una contraestrategia que finalmente genera un miedo más intenso entre la población.

Tercero, la estrategia del miedo puede ser desmantelada presentando evidencias creíbles y contundentes de su falsedad, atacando, de esta forma, la estrategia del adversario. Esto es, por ejemplo, si un candidato o político señala que su opositor se opone a los empresarios, al libre comercio y la inversión externa, pero este adversario le responde con una agresiva campaña publicitaria en medios de comunicación, en la que muestra diferentes testimonios de empresarios e inversionistas apoyándolo y señalando que creen en su proyecto de gobierno y apoyan su candidatura, finalmente la estrategia original del miedo no surte los efectos esperados o bien éstos son contrarrestados.

Cuarta, la estrategia del miedo puede ser revertida fácilmente, cuando la credibilidad y confianza de los ciudadanos, respecto de los que detentan el poder y, por lo tanto, impulsan la campaña del miedo, es muy baja. La gente tiende, en estos casos, a creerle y apoyar inversamente a quienes son objeto de crítica o presentados por parte de malos gobernantes como los que amenazan. El razonamiento es muy sencillo: si no lo quieren y lo atacan los que la ciudadanía considera como “malos”, entonces, se piensa, es porque son buenos, por lo tanto, hay que apoyarlos.

Finalmente, se pueden impulsar campañas intensas en medios de comunicación donde se resalte el espíritu de valentía y arrojo que caracteriza a los electores y recalando que nadie los va a atemorizar con el “petate del muerto”, convocando a los votantes a tener el valor para enfrentar el desafío del cambio en el gobierno. Reacuérdesse que el valor (tener valor) es una cualidad moral que mueve a los hombres a acometer, resultadamente, grandes empresas y a superar, sin miedo, los peligros.

En México, con la cerrada elección presidencial, la moneda está en el aire. Ganará aquel candidato que mejor sepa gestionar el miedo ya sea induciéndolo o contrarrestándolo, articulando diversas estrategias y tácticas que garanticen una mayor seguridad, sea ésta real o simbólica, para la población. En este sentido, el voto de los ciudadanos no será mayoritariamente racional, sino eminentemente emocional, donde el miedo, como referente conductual, será determinante.

- 1 El miedo ha sido un referente inequívoco usado como estrategia por las elites políticas e, incluso, por los movimientos insurgentes. Por ejemplo, durante la revolución francesa, la guillotina representaba el instrumento por antonomasia para generar terror entre los opositores a este movimiento revolucionario.
- 2 En este sentido, bien se puede decir que la democracia sólo ha re-significado el miedo.
- 3 AMLO considera, también, que el PRI y el PAN son partidos políticos muy ligados con los intereses del ex presidente Carlos Salinas de Gortari, a quien se le responsabiliza de las crisis económica de 1994 y la alta corrupción existente en el país.
- 4 Real Academia de la Lengua Española, *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, Vigésima segunda edición, 2006.
- 5 Véase Claudia Hilb, *La significación política del miedo en la teoría moderna y contemporánea*.
- 6 Anteriormente se creía que el miedo era una experiencia sólo de los pobres, pero hoy sabemos que está emoción universal, también, afecta a las clases propietarias.
- 7 Al respecto, Hans Jonas señala, en lo que denominó la heurística del miedo, que la acción política consiste en tomar nota de los peligros. En este sentido, los contrincantes y opositores de AMLO, entre los cuales se puede ubicar también a un sector de la prensa conservadora como el Grupo Radiofónico Imagen, las revistas *Siempre* y *Contenido*, así como algunos analistas políticos, como es el caso de Jaime Sánchez Susarrey.
- 8 La seguridad no sólo entendida como defensa ante posibles ataques a lo establecido o logrado, sino la que garantice un mejor desarrollo futuro integral para los individuos.
- 9 Apelar al miedo de los votantes es una estrategia principalmente de los partidos gobernantes. En la elección de 1994 en México, se usó el miedo como principal estrategia por parte del PRI para derrotar a sus adversarios, principalmente los de izquierda, aprovechando ciertos errores por parte de los perredistas, ya que el PRD imprimió un cartel que mostraba a su candidato presidencial Cuauhtémoc Cárdenas saludando al subcomandante Marcos, principal dirigente del EZLN. Esa propaganda, que lo identificaba con el EZLN, más que ayudarlos le restó muchos votos, principalmente entre las clases medias. Hoy día, el PAN pretende mantenerse en el poder, mediante la misma estrategia del miedo que utilizó el PRI, cuando éste ocupaba la titularidad del poder ejecutivo federal.
- 10 Al respecto, Felipe Calderón señala, por ejemplo, que AMLO confronta y divide a los mexicanos con su discurso clasista, ya superado en la historia de la humanidad y que será, en caso de que gane la elección, el presidente "espanta-chambas," ya que no sólo la inversión no llegará, sino que la ya existente se retirará.
- 11 Esto pasó en la elección en Nicaragua a inicios de la década de los noventa, cuando los sandinistas publicitaban que de ganar la Unión Nacional Opositora (UNO), encabezada por Violeta Barrios de Chamorro, las conquistas de la revolución se perderían, la guerra civil se recrudecería y el imperio americano volvería a reinar en ese país. Sin embargo, Violeta Barrios exitosamente denunció que el ESLN estaba orquestando una campaña para generar miedo entre la población y así ganar la elección presidencial. Al final, la UNO no sólo ganó la elección presidencial obteniendo un 54.7 por ciento de los votos, sino que además obtuvo 51 de 92 escaños en la Asamblea Nacional de Nicaragua.
- 12 En toda contienda electoral, no se descarta la posibilidad de realizar actos que atemorizan a la población, incluyendo asesinatos políticos y atentados, que finalmente sean manipulados por sus propios perpetradores para efecto de ganar la contienda electoral.
- 13 Quien vota, consciente e inconscientemente, en una determinada dirección por miedo, no puede ser responsable, políticamente, de los gobiernos que genera. De lo único que se le puede culpar moralmente, es de ser fácilmente manipulado y de no tener el valor suficiente para vencer la resistencia al cambio.