



Casa abierta al tiempo

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**  
Unidad Iztapalapa

**Comunicación Política en México**  
**El caso de la campaña de Andrés Manuel López Obrador**  
**en la Ciudad de México, 2017-2018.**

T E S I N A

QUE PRESENTA

**YOSELIN ROMERO TOTOTZINTLE**

MATRICULA: 2143050900

Para acreditar el requisito del trabajo terminal  
y optar al título de

LICENCIAD(O/A) EN CIENCIA POLITICA

**DR. MIGUEL RODRIGO GONZÁLEZ**  
**IBARRA**

ASESOR

**DR. RAÚL FIGUEROA ROMERO**

LECTOR

*Iztapalapa, Ciudad de México, Agosto de 2019.*



Casa abierta al tiempo  
 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA – Unidad *Iztapalapa*  
 DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES  
 DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA-COORDINACIÓN DE CIENCIA POLÍTICA

## D I C T A M E N

Después de examinar este documento final presentado por el (la) (s) alumno (a)  
 (s) *Yoselin Romero Tototzintle*

matrícula(s) *2143050900* con el título de

*Comunicación Política en México. El caso de la campaña de Andrés Manuel López Obrador en la Ciudad de México, 2017-2018*

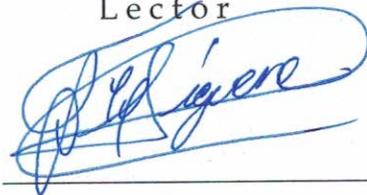
se consideró que reúne las condiciones de forma y contenido para ser aprobado como conclusión de la Tesina o Trabajo Terminal, correspondiente a la Licenciatura en Ciencia Política que se imparte en esta Unidad.

Con lo cual se cubre el requisito establecido en la Licenciatura para aprobar el Seminario de Investigación III y acreditar la totalidad de los estudios que indica el Plan de Estudios vigente.

Asesor

  
 \_\_\_\_\_

Lector

  
 \_\_\_\_\_

Fecha *Agosto 2019* Trim: *19-I* No. Registro de Tesina: *RT4/2018-0*

Para Beatriz y Braulio. Tengan por seguro que en mi vida perdura siempre la  
huella del camino enseñado.

No hubiera jamás imaginado el camino lleno de grandes aprendizajes, de buenos y difíciles momentos que tuve que recorrer durante este proceso, ni todas las enseñanzas que esta experiencia me brindaría para terminar de formar a la persona que soy ahora; tampoco que amaría de sobremanera la carrera o que esta casa abierta al tiempo rompería mis paradigmas, me ayudaría a encauzar el profundo amor que tengo por el país y abrazar los sueños colectivos. Sin duda, hubo personas que de alguna u otra forma me hicieron llegar hasta este punto, y a ustedes les dedico este trabajo final.

A Marcos, por ser mi más grande crítico y mi pequeña gran motivación en la vida.

A mi mamá, por ceder parte de tu vida para que yo pudiera vivir la mía sin importar el costo. A mi papá, porque sé que caminar conmigo durante esta etapa te costó más trabajo que a mí, pero lo logramos. A mis primos por inspirarme. A mi tía Carmela por siempre estar; a mi tía Teresa por brindarme un hogar en cualquier lugar que estuviera y enseñarme que la rectitud y el trabajo constante son siempre el camino.

A Antonio, por enseñarme qué es la incondicionalidad de la amistad llena de sueños y poesía.

A Vidal Romero, por ser mi mamá, mi papá, mi tío, mi maestro y todo lo que yo necesité, incluso sin saberlo; por corregirme cuando lo requería, siempre delicadamente, por jamás dudar de mí, por tratar de entenderme, por motivarme, por sufrir conmigo, pero, sobre todo, porque desde que tengo memoria, aún sin estar, nunca me has faltado. *You are the force whit me.* Por esto y más mi vida es tuya.

Mi amor sincero y agradecimiento infinito a todos. Arriba y adelante.

¡Gracias totales!

## Índice

<b>Agradecimientos</b>	1
<b>Índice</b>	3
<b>Introducción</b>	5
<b>Capítulo I. El concepto de comunicación política y elecciones</b>	
1.1. Definición y perspectivas de la comunicación política	8
1.2. El Marketing político y su dinámica	12
1.3. Campañas electorales y comunicación política	17
1.4. Propaganda política y elecciones	22
<b>Capítulo II. El Proceso Electoral en México</b>	
2.1. El Estado democrático	26
2.2. El sistema político mexicano	29
2.3. Sistema electoral y sistema de partidos en México	34
2.4. Reformas político-electorales en México	42

### **Capítulo III. Los Partidos políticos y el movimiento de Andrés Manuel López Obrador**

3.1. Los partidos políticos y su importancia en el proceso democrático	48
3.2. PRI, PAN y PRD: partidos paradigmáticos en México	52
3.3. Construcción de imagen política. Andrés Manuel López Obrador	56
3.4. El Movimiento de Regeneración Nacional	61

### **Capítulo IV. El proceso de comunicación política durante la campaña de AMLO en la Ciudad de México de 2017-2018.**

4.1. Geografía Electoral Ciudad de México	67
4.2. Objetivos y estrategias de la campaña política	71
4.3. El proceso de la comunicación política de AMLO	73
4.4. Las elecciones federales de 2018	77

<b>Consideraciones finales</b>	<b>83</b>
--------------------------------	-----------

<b>Bibliografía (obras consultadas y utilizadas)</b>	<b>88</b>
--	-----------

## Introducción

La historia se escribe siempre desde el pasado con proyecciones, muchas veces, inacabadas hacia el futuro. De ahí, que la democracia en tanto ejercicio que emana de todos los sectores que conforman a la sociedad mexicana, sea un suceso aún en proceso de transición en México, determinado en gran medida por el partido único que estuvo al mando del ejercicio político por más de sesenta años. Motivado por estas circunstancias, el periodo de gobiernos panistas y el regreso del partido hegemónico a la silla presidencial hacen necesario analizar las circunstancias históricas sociales en las que se encontraba el país para las elecciones presidenciales de 2018.

Es cierto, por otro lado, que el ritmo de ese desenvolvimiento no se ha dado de manera independiente a lo que acontecía a nivel global, de ahí la necesidad de indagar qué es lo que subyace a los cambios pretendidamente históricos emanados o difundidos por cada uno de los principales actores políticos mexicanos. Cabe resaltar lo que muestra la revisión historiográfica o estadística, de lo que aconteció en los años posteriores a la Revolución Mexicana; cada suceso parece pertenecer a una larga y casi indescriptible red de acontecimientos que han dado lugar a que hoy, pensemos la política mexicana tal y como la pensamos. El pensamiento es siempre propio y resultado del tiempo.

Bajo esta línea, el surgimiento de personajes que podríamos concebir como aquellos que poseen la batuta de esa historia, da lugar a que nuestra investigación gire en torno a uno de ellos, a saber, Andrés Manuel López Obrador. Por otro lado, debo aclarar que la batuta de la historia, como aquí la he denominado, no es otra cosa más que la apropiación efectiva del lenguaje, la alienación del discurso que se encuentra a nivel del público objetivo y que, AMLO, logró cobijar. Ese lenguaje característico sólo es posible gracias a una forma específica de utilizar la herramienta más efectiva del político, la comunicación.

En este contexto el objetivo general de esa investigación será exponer la vinculación necesaria a lo largo de la historia, entre las campañas electorales y la comunicación

política, que de acuerdo con el planteamiento del presente trabajo permita encontrar elementos suficientes que para demostrar que la campaña y triunfo de Andrés Manuel no es el resultado de un azar en el tiempo o de nobles intenciones políticas expresadas en el ejercicio discursivo, sino la construcción metódica y estructurada de todos los elementos comunicativos dentro una batalla que tuvo como fin principal la conquista del poder ejecutivo.

La metodología de este trabajo está basada en un enfoque cualitativo con base en el análisis de libros, documentos e informes sobre el tema, de acuerdo con una perspectiva histórico-deductiva para comprender y analizar los aspectos principales de las reformas electorales, al igual que de los procesos de comunicación política en el tema y objeto de estudio principal.

Con base en los anterior, el presente trabajo se encuentra estructurado en cuatro capítulos. El primer capítulo tiene como objetivo comprender los conceptos básicos sobre el proceso de comunicación política, así como analizar las perspectivas teóricas sobre la relación que existe entre la comprensión del ejercicio comunicativo y el espacio de lo político, sin dejar de considerar que en lo que respecta a aquella, se han de tomar en cuenta también a los medios de comunicación virtuales cuyos efectos podemos constatar en la lucha por el poder político.

El segundo capítulo tiene como objetivo adentrarnos al proceso de institucionalización de México, a la formación del sistema político mexicano e identificar el desenvolvimiento democrático, resultado de la conformación del sistema electoral y de partidos, que junto con las reformas electorales realizadas nos guían directamente en la conformación de la actual reglamentación que guía a los principales actores dentro del juego político.

El tercer capítulo se propone una investigación de los partidos como instituciones políticas durante su proceso de conformación, junto con los aportes al proceso de democratización de México. También se analiza la construcción de la figura política

de Andrés Manuel López Obrador, así como influencia lograda dentro de la esfera pública con el proceso de creación y consolidación de su partido MORENA.

Finalmente, el capítulo cuarto tiene como finalidad principal analizar la manera en que se utilizó la geografía electoral específicamente de Ciudad de México en la construcción de la comunicación política generalizada durante la campaña electoral 2017-2018, se enlistaran también los objetivos y estrategias de campaña identificados, para culminar el capítulo con un balance de los acontecimientos comunicativos más relevantes el día del triunfo histórico de la izquierda en México.

Para concluir, el lector encontrará una lista de las principales fuentes bibliográficas y hemerográficas consultadas y utilizadas, así como documentos institucionales e informes identificados para el asunto central de esta investigación al igual que las páginas electrónicas para mayor referencia de fuentes y sitios relacionados con el tema.

## **I. Comunicación Política y Elecciones**

La comunicación política de la actualidad hace referencia tanto a la trasmisión e intercambio de mensajes como al uso de símbolos. El símbolo como el mecanismo de intercambio de mensajes son de vital importancia para el sistema político en cuanto inciden directamente en él. De ahí que, dentro del contexto de este capítulo, se entienda que la comunicación política pueda ser abordada desde diversas perspectivas; una de ellas relacionada con las campañas electorales en las cuales los ciudadanos tienden a inclinarse más por un candidato específico que por los planes que establecen sus partidos políticos. Toda campaña electoral implica un ejercicio de comunicación persuasiva; esta se realiza a lo largo de la jornada electoral con el objetivo de obtener el voto de los electores tanto como de evitar que los opositores ganen la contienda. En estas campañas, las estrategias de comunicación que motivan a los candidatos, a sus partidos y a los simpatizantes, juegan un papel decisivo en la medida en que aquéllas se ganan o se pierden desde una perspectiva estratégica y táctica.

Las estrategias de comunicación poseen gran fuerza simbólica y pueden determinar el éxito o el fracaso de una contienda electoral; debido a esto, el objetivo de ese capítulo se centrará en la descripción teórica de los aspectos fundamentales de la comunicación, la propaganda política y su vinculación con el proceso electoral para lograr, de ese modo, clarificar cuál es la importancia de la comunicación política en las campañas electorales.

### **1.1. La Comunicación Política: concepto y definición.**

La comunicación a lo largo de la historia se ha desarrollado de diversas maneras de acuerdo con los diferentes estímulos y necesidades derivadas de las condiciones contextuales que rodean al ser humano. En tanto que el hombre es un sujeto social, el papel que ha jugado la comunicación es innegable en el desarrollo de las sociedades. Hablar de comunicación humana se refiere a la trasmisión e

intercambio de mensajes con sentido a través de la generación y uso de un sistema comunicativo, como el lenguaje o las señas, entre dos o más individuos.

“Si partimos de que la especie humana se mantiene a través de las actividades socialmente coordinadas de sus miembros y de que esta coordinación tiene que establecerse por medio de la comunicación, y en los ámbitos centrales por medio de una comunicación tendiente a un acuerdo, entonces la reproducción de la especie exige también el cumplimiento de las condiciones de la racionalidad immanente a la acción comunicativa” (Habermas J. , 2001, pág. 506).

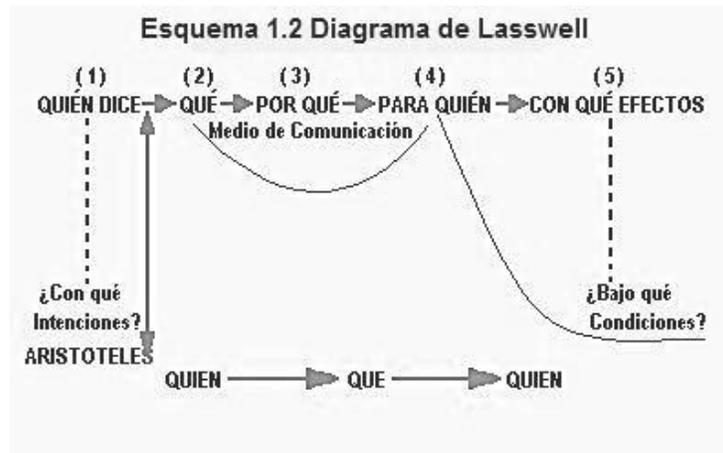
El concepto de comunicación política es difícil de definir, en especial, si consideramos la importancia que tienen los nuevos medios de comunicación. Sin embargo, existe consenso al considerar a la comunicación como el recurso fundamental de la política para las diferentes formas de gobierno; dentro de las primeras en torno a la idea de la comunicación, generalmente, se hace referencia al intercambio de símbolos o mensajes que de forma significativa hayan sido definidos y que sus consecuencias sean evidentes para el funcionamiento del sistema político.

Oscar Ochoa, por su parte, (Ochoa, 2001) define a la comunicación política como el proceso de transmisión y recepción de mensajes desde y hacia los componentes del sistema político; de esta manera se entiende que si el ser humano es político por naturaleza, la comunicación que establece constituye un acto público de orden político que trasciende y afecta todo el nivel de lo social. Desde su perspectiva, en la comunicación política intervienen, además factores de tiempo y lugar, las intenciones de quienes participan en ella dentro de un orden político establecido.

Hay que recordar que la comunicación se concibió, en un principio, como la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance. El modelo de Laswell publicado en 1948, en su artículo Estructura y Función de la Comunicación de Masas abrió nuevas líneas de investigación, ya que no sólo

considera los sujetos que se comunican, también sus intenciones, las razones o justificaciones que determinan el medio de comunicación al igual que las condiciones de recepción.

Imagen 1



Fuente: Florence Toussaint (1981) *Crítica de la información de masas*. México, Trillas, pág 18.

“Si estamos de acuerdo en que toda forma de política tiene que basarse en gran medida en la comunicación, lo estaremos también en que la democracia no puede existir sin fundamentarse en procesos comunicativos. El surgimiento histórico de la democracia ocurrió primero con la participación deliberativa de aquellos con derecho a la asamblea de ciudadanos. Se generaliza siglos después con el desarrollo de la esfera pública burguesa [...]” (Sánchez, 2015, pág. 18).

Política y comunicación como procesos sociales son inherentes al ser humano, se nutren uno del otro, hablar de comunicación implica necesariamente la conjunción emisor-receptor; ésta se da mediante el intercambio de signos o símbolos ocasionado un efecto determinado que se manifiesta de forma directa en la conducta de las personas. La importancia de la comunicación como de la política en la actualidad se ve enfrentada a lo complejo que resultaría para cualquier político

governar sin llevarla o ejecutarla de manera correcta en los mensajes difundidos en los medios de comunicación masiva.

Aunque las definiciones específicas de comunicación política son diversas y se han generado fuertes polémicas entre los distintos investigadores de la disciplina, se asume que aquella cumple un papel fundamental en el funcionamiento de los sistemas políticos. De ahí que, para Ochoa, la transmisión y recepción de mensajes sea uno de los puntos centrales; mientras que para Meadow sean los símbolos el componente central. Por otro lado, Dominique Wolton entiende por comunicación política lo siguiente:

“Es el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios del momento de los tres actores que tiene legitimidad para expresarse públicamente sobre política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos” (Wolton, 1995, pág. 31).

Hay que mencionar, de acuerdo con lo anterior, que la comunicación política es el espacio en el que se presentan los discursos contradictorios del momento, esto es, que el contenido de la comunicación política es variable con el tiempo y el contexto. El autor citado hace hincapié en el hecho de que no todos los discursos se encuentran en el nivel de la comunicación política, sino que hay que identificar principalmente aquellos que son objeto de conflictos, polémicas u objetivos claros.

La comunicación política va ligada a la idea de una correcta estrategia informativa (Berrocal, 2003). De esta manera, la estrategia de la comunicación se ha empeñado en intentar trasladar al candidato a los nuevos medios de comunicación masiva. Si el objetivo de emisión de mensajes se cumple correctamente, el candidato puede llegar a convertirse en una especie de estrella de la comunicación.

En este sentido, los discursos deben cumplir con ciertas características tal es el caso de la construcción del hablante, la del interlocutor, de lograr adhesión, convencimiento, obediencia u otra reacción conveniente a los fines del enunciador, edificación de los adversarios y la constitución de un referente (Salgado, 2003).

Las funciones que el discurso político busca en una campaña electoral se pueden resumir en las siguientes: crear una realidad favorable al candidato, reconstruir el pasado y predecir el futuro, ligar al candidato con símbolos positivos, fijar la agenda de la campaña y estimular el voto, es decir, lograr que el candidato mediante su discurso político se apropie de los temas importantes del elector, generando marcos tanto episódicos como estratégicos. Aunado a ello, mediante el análisis retórico del discurso el candidato ofrece una visión acerca de los valores, creencias y políticas que impulsarán la campaña.

El autor Van Dijk (1999) define al discurso como el acto de habla de un actor político que debe interrelacionarse con su contexto, mantener una postura y busca influir en la ciudadanía para lograr sus metas u objetivos, el autor menciona también que el principal objetivo del discurso político es la manipulación del público

Actualmente la estrategia de comunicación ha modificado sus objetivos, la persuasión o el carisma son cualidades necesarias en los líderes políticos debido a la exposición en los medios de comunicación y su constante exposición pública. No hay comunicación directa entre políticos y ciudadanos, sino imágenes y expectativas representadas en el escenario de los medios (Monzon, 1996).

Actualmente el tema de la comunicación política puede ser abordado desde diversas perspectivas una de ellas se relaciona con el cambio que hemos observado en los últimos años en las campañas electorales en el cual los ciudadanos tienden a inclinarse más por determinado candidato que por los planes establecidos de los partidos políticos. El carisma y los dotes de persuasión en el discurso son cualidades que se buscan o se crean en los líderes políticos, mismas que son expuestas ante el escrutinio público a través de la de los medios de masivos.

## **1.2. El Marketing Político y su dinámica**

La principal tarea del marketing se enfoca en satisfacer necesidades, lograrlo, por otra parte, implica un amplio conocimiento de las necesidades y deseos de los consumidores, de acuerdo con la dinámica de intercambio de la sociedad. La

actividad en la que se aplican los principios del marketing identifica y desarrolla demandas de bienes y servicios que puedan satisfacerse de forma efectiva.

Los principios del marketing político en Estados Unidos de América se vieron influidos principalmente por el funcionamiento del sistema político-económico y por los medios de comunicación y su funcionamiento. A lo largo del siglo XX se generalizaron adaptándose al sistema político de los diferentes países. Bajo esta línea Butler y Collins consideran el marketing como una disciplina orientada a la creación y el desarrollo de conceptos políticos relacionados con partidos o candidatos específicos que logren satisfacer a determinado grupo de electores para que les otorguen su voto (Angel Adell, 2011). Lanfery Paradise, por su parte, se refiere a él como un fenómeno social y una expresión de la crisis en el ejercicio del poder, manifestado por el desgaste en el ejercicio de éste y la burocratización de las instituciones del estado (Ramirez, 2007). En este sentido el marketing político no sólo hace referencia al hecho de cubrir las necesidades, significa también un proceso de planificación, así como de ejecución en el cual se promueve el cumplimiento de promesas políticas y cambios sociales.

La estrategia de imagen entendida como la suma de ideas, creencias e impresiones que se tienen sobre las personas es uno de los campos más examinados y utilizados del marketing, se tiene que prestar atención tanto a dimensiones de aspecto y estilo como a todos aquellos rasgos o características personales que los ciudadanos perciben como necesarios para poder ocupar determinado cargo, por ejemplo, los líderes políticos.

- Una imagen es más que una simple creencia; es un conjunto pleno y diverso de creencias acerca de un objeto. Las imágenes de la gente referentes a un objeto no revelan necesariamente sus actitudes hacia ese objeto.
- Un estereotipo sugiere una imagen comúnmente aceptada, pero distorsionada y simple que implica una actitud favorable o desfavorable hacia el objeto. La imagen, en cambio, es una percepción personal del objeto que puede variar mucho de persona a persona (Ibáñez, 2010).

Estas definiciones aluden a la imagen que no se encuentra en el entorno físico, sino en la memoria de las personas, en el imaginario colectivo, la imagen mental formada por un conjunto de atributos, valores, que van a determinar la conducta y las opiniones de la colectividad; es decir se toma a la imagen como representación mental, lo que una persona percibe y que es generada por percepciones, sensaciones, experiencias, emociones, componentes conceptuales, valorativos y físicos, asociados entre sí que crean una imagen positiva o negativa de una persona, producto, empresa, por mencionar algunos. (De los Salmones , 2009)

Siguiendo lo anterior, la imagen, desde el punto de vista de Andrés Valdez Zepeda, se debe abordar partiendo de su método aplicado a la política, en el cual, crear una buena imagen será sinónimo de alta reputación a funcionarios y generará posibilidades de alcanzar el puesto de elección popular que desean. El método está basado en los siguientes puntos:

1. Definición de los objetivos
2. Auditoria de la imagen
3. Conceptualización
4. Diseño
5. Producción
6. Difusión
7. Evaluación
8. Retroalimentación
9. Nueva imagen (Zepeda, 2003-2004).

Si tomamos como referencia este método, la construcción de la imagen es un fenómeno complejo debido a que se debe lograr que las personas perciban determinada imagen de acuerdo con ciertos intereses determinados; de ahí que se ha vuelto dicho constructo sea un factor estratégico en muchos ámbitos, especialmente en la política.

El gran espacio público de los últimos tiempos se encuentra en los medios de comunicación en general, aunque con rapidez las redes de internet van en ascenso, de esta manera tenemos que las imágenes pasan por los medios, donde estos son el referente principal para informarse, conocer la vida privada de las personas públicas, pasar el tiempo libre, etc. Los medios de comunicación presentan una variedad de mensajes, y es donde las campañas políticas han hecho uso de estos medios para construir una imagen que será emitida sobre el público.

En este sentido, no se podría hablar de marketing político, campañas o comunicación sin profundizar en la opinión pública. El término de opinión pública de acuerdo con análisis de Habermas (Habermas J. , 1981), muestra la diversidad de fenómenos atribuidos a dicha expresión, así como su estrecha relación con la dinámica del poder y los procesos políticos.

El fenómeno de la opinión pública tiene una importancia vital en la comunicación política, ya que aspirantes a cargos de elección pública hasta los gobernantes, deben hacer uso de ella para legitimarse; otro factor muy importante que contribuye en su importancia es la necesidad del poder mediático para lograr objetivos políticos, ya que a través de los medios de comunicación se construye o se derrumba la imagen de los diferentes actores políticos.

Hablar de lo anterior implica el señalamiento y la difusión de sondeos que indican en porcentajes el pensamiento, así como la aprobación de la población. Es importante dejar claro que son manipulables y dependen en gran medida del modo de formulación, objetivos de las preguntas o sondeos, tamaño de la prueba, sectores demográficos incluidos; además de la honestidad de las personas.

Las sociedades cambian a través del conflicto y se gestionan mediante la política. Internet se ha convertido en un medio esencial de comunicación y organización en todos los ámbitos de la actividad, de esta manera los agentes políticos lo utilizan y lo utilizarán cada vez más, transformándolo en una herramienta privilegiada para actuar, informar, reclutar, organizar y dominar (Castells, 2001).

Las estrategias del marketing político rescatan como base de formación las preferencias de los votantes de acuerdo con el contexto nacional electoral; de esta manera eligen al candidato que más se acerca a esa concepción por lo que las estrategias de los asesores deben ir encaminadas a demostrar que el candidato puede cumplir las expectativas de los ciudadanos, en este sentido la imagen proyectada debe ser resultado de una combinación entre el contexto social, los deseos de la población, la personalidad del candidato y las características que los ciudadanos esperan de un líder político.

En la actualidad es evidente la utilización de variadas técnicas de publicidad y propaganda al margen de la sociedad que se organiza políticamente desde hace algún tiempo en torno al sistema audiovisual y que, Manuel Castells, la denomina la “sociedad de la información”, en la que las transformaciones que se están dando no sólo se limitan a los ámbitos tecnológicos y económicos, sino que también la cultura de la comunicación y las instituciones políticas se ven afectadas.

“Nuestra sociedad está cada vez más organizada en torno a la producción, distribución y manipulación de símbolos, el espacio político ha sido capturado, en lo esencial, en el espacio de los medios de comunicación [...] Ello quiere decir que el nivel simbólico de la política es más importante que nunca y que, por tanto, los mensajes deben, ante todo, generar símbolos capaces de recibir apoyo, anclados en personalidades creíbles, fiables y, si es posible, carismáticas” (Castells, 1997, pág. 22).

Dentro de la sociedad de la información, la comunicación simbólica puede ser expresada en forma antagónica en el ámbito mediático (slogans, lemas, emblemas); se entiende que el símbolo es una evocación de recuerdos y asociaciones que contribuyen a facilitar la memoria receptiva. De esta manera, la propaganda es una suma de símbolos activos que envuelven emocionalmente a los ciudadanos, identifican a los grupos y promueven el proceso comunicativo. (Barrera, 2015)

La principal área de desarrollo del marketing político se descubre durante el periodo de elecciones; teniendo todos los medios de información masiva y como factores relevantes en cuanto a su inmediatez en la difusión de cualquier tipo de contenido, resultan sumamente importantes los estudios de mercado de la población, la segmentación de esta. El contexto social es un pilar fundamental para familiarizarse con los electores, además de que principalmente en temporada de campañas los ciudadanos están mayormente sensibilizados por el comportamiento de los actores al igual que de los partidos políticos en los cuales la lealtad hacia ellos que se refleja en la identidad partidaria de los ciudadanos podría marcar la diferencia en la conquista del poder.

“El marketing político-electoral, implica un proceso de planificación con estudio previo del electorado que se concrete en una oferta programática y de personas, por tanto, organizacional, que responda a las expectativas detectadas en el electorado y el análisis global de estas actuaciones que sirva de representación.” (Luque, 1996, pág. 9).

De esta manera y debido al avance tecnológico, han crecido ampliamente las exigencias de comunicación e información que sea veraz e instantánea para poder saber cómo formular y de qué manera transmitir los mensajes a los grupos objetivo. Toda campaña debe ser constantemente evaluada sobre la marcha por la complejidad del escenario, de acuerdo con el contexto político, haciendo de esta manera que el sistema organizacional que brinda el marketing fundamental para la organización política.

### **1.3. Campañas Electorales y comunicación política**

Las campañas electorales en los países democráticos buscan lograr la participación política del público a través del voto. Le proporcionan información sobre el candidato, su postura ideológica, sus planes, programas y demás aspectos electorales. Se dibuja un camino para las campañas electorales en el que se toman en cuenta factores como la publicidad; los partidos generan todo tipo de estrategias con el fin de influir en la agenda de los medios de comunicación para poder incidir

de esta manera en la agenda política. De ahí que Thunber y Nelson las definan como “luchas por la definición de los problemas públicos.” (James A. Thurber, 1995)

Al hablar de una campaña nos referimos a la unión de ciudadanos votantes, candidato y partidos políticos en torno a una propuesta y plan de gobierno que se desea promover; ya que para lograr acceder a algunos puestos de gobierno es necesario entrar en la lógica de competencia de campaña. La negociación es un proceso fundamental en una campaña electoral en tanto que es una forma de interacción social para solucionar conflictos e intereses, caracterizada por:

“Dos o más interlocutores, que intervienen en el proceso de la negociación. Es decir, hay una relación que puede ser dual o múltiple, donde los actores principales ponen en juego diferentes posturas, que los pueden llevar a la obtención de privilegios” (Dorsch, 1994, pág. 515).

En el aspecto de los partidos la negociación es básica para la obtención de privilegios, asignación de candidaturas, la elección y renovación de dirigentes, así como para mantener el control interno de los mismos. Al poner en perspectiva la importancia de la negociación no solo en las campañas si no en el funcionamiento del sistema, se permite visibilizar las negociaciones entre partidos en los espacios legislativos, la relación con Poder el Ejecutivo en los aspectos de diálogo, cooperación y comunicación política. El punto más destacado va en sentido del establecimiento de fuentes de poder e influencia en la adopción de decisiones.

De esta manera queda claro que los principales promotores de las campañas electorales son los partidos políticos. Como es bien sabido, existen diversas conceptualizaciones de acuerdo con diferentes autores y sus épocas, aquí se retomarán algunas de ellas, principalmente, la perspectiva racional de Antony Downs. Autor que menciona que el partido es un grupo coherente de personas que cooperan principalmente con el fin de que alguno de sus miembros ocupe cargos en el gobierno (Downs, 1973).

En esta concepción los partidos son vistos como agentes racionales que ofrecen alternativas de cambio. Los ciudadanos votan por la opción que les represente el máximo nivel de bienestar. Los partidos deben actuar promoviendo la utilización de estrategias efectivas para maximizar beneficios y reducir los costos electorales; en la competencia se combinan actitudes personales y sociales. Desde este punto de vista, sólo se puede evaluar el éxito a partir de los logros y victorias en los procesos electorales. Un partido es rentable cuando gana y la ciudadanía se apega al partido y todos obtienen parcialmente el cumplimiento de sus demandas. (Navarete, 2012)

Cuando un partido quiere aumentar su grado de legitimidad ante la ciudadanía, piensa en la posibilidad de ir junto con otro partido a la competencia (Navarete, 2012). El escenario más probable es que se establezca una relación entre un partido grande y uno pequeño, la pertinencia de la coalición resulta más favorable para el partido pequeño, pues le asegura el porcentaje mínimo para mantener su registro.

“Es claro que, si lo aparentemente fundamental de la democracia son las elecciones, lo que primero viene a la mente acerca de un posible papel de los medios de comunicación en la democracia es sobre las campañas electorales mediáticas. Es también perfectamente claro que en la actualidad las campañas electorales ya no consisten en grandes manifestaciones masivas con discursos elocuentes, sino en el uso mercadotécnico de los medios de difusión y las industrias de la imagen” (Sánchez, 2015, pág. 50).

Las campañas electorales requieren de una normatividad que limite el ejercicio, establezca, restricciones y multas por quebrantar la ley; dicha delimitación esta incluida en diferentes artículos de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos. Así son establecidos por ejemplo los tiempos específicos para la organización de la campaña. Todo mediante la existencia de instituciones que garantizan que los partidos compitan en igualdad de condiciones, transparencia e imparcialidad. El aspecto institucional es fundamental para realizar elecciones libres y democráticas en igualdad de condiciones y de acuerdo con el principio de equidad. De ese modo

y según los resultados que se desean obtener, las campañas electorales tienen ciertas etapas características que definen acciones. Carlos Escalante identifica las siguientes fases:

- Investigación, planeación y organización – Etapa que lleva al conocimiento de todos los aspectos que producirán una campaña conectada a los electores
- Presentación del candidato - la presentación del candidato debe enfocarse en el nombre, trayectoria, propuestas y partido con el objetivo de establecer una conexión afectiva con los electores es necesario resaltar diversos elementos característicos del candidato.
- Difusión de las propuestas - La presentación de propuestas se debe realizar de acuerdo con la información de la segmentación de los electores. Deben abarcarse los temas que ha sido reconocidos en la Investigación y que han sido incluidos en las propuestas del Plan de Gobierno. Siempre deben realizarse propuestas alcanzables de acuerdo con lo que los electores creen que es posible para su ciudad, estado o país.
- Atacar o defender - El ataque y la defensa son herramientas útiles siempre y cuando las acciones sumen o mantengan al candidato, su aprobación y nivel en la preferencia electoral.
- Pedir el voto - Para pedir el voto se deben sumar los elementos de la presentación del mensaje con la propuesta y enlazarlos con la emoción que será el mejor trasmisor del mensaje.
- Día de las elecciones - El día de las elecciones corresponde un trabajo principalmente del equipo electoral, es un día para garantizar que se concrete en votos la intención de quienes ya se han decidido por nuestra opción.

- Dar las gracias- Luego de finalizar una campaña se inician otras etapas políticas y sin importar el resultado agradecer el apoyo de los electores y el trabajo del equipo político garantiza un recuerdo positivo en sus memorias (Escalante, 2012).

Realizar campañas políticas electorales con un diseño estratégico permite que se posicione de manera eficaz la propuesta del candidato, transmite con precisión a todos los niveles el objetivo de la campaña y sus prioridades e indica a los simpatizantes cuáles son los aspectos realmente importantes para el partido o candidato durante el desarrollo del proceso electoral.

La culminación del periodo de campaña se da unos días antes de la elección con el conocido periodo de veda, de esta manera el momento crucial para verificar la realización de una campaña exitosa se da durante los resultados de la jornada electoral. El desarrollo de ésta, así como el de toda la campaña está legitimado y monitoreado por el Instituto Nacional Electoral, los Organismo Públicos Locales Electorales, la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación y los ciudadanos quienes se encargan de promover el correcto desarrollo de estas a través de diferentes funciones.

El proceso electoral federal también comprende diferentes etapas, mismas que inician con la preparación de la elección, se la da primera sesión que el consejo general del INE celebra durante la primera semana de septiembre del año previo en que deban realizarse las elecciones; seguida de la jornada electoral, llevada a cabo usualmente el primer domingo de junio, posteriormente vienen los resultados y declaraciones de validez de las elecciones, éstas realizan la remisión de la documentación y expedientes electorales a los consejos distritales; concluye con el dictamen y declaración de validez de la elección en donde la Sala Superior del Tribunal Electoral aprueba el dictamen que contiene el cómputo final y las declaraciones de validez de la elección y de Presidente electo (Secretaría de Gobernación, 2018).

“La influencia de los medios como nuevas ágoras privilegiadas para el proselitismo es reconocida por los hombres del poder político y sus partidarios, en todo el mundo. Ya es tiempo de ubicar en sus auténticas dimensiones a la posibilidad de persuasión que tienen los grandes medios y especialmente la televisión, sobre todo en épocas de campañas políticas” (Delarbre, 2001, pág. 6).

La utilización de mercadotecnia política ha estado presente en múltiples temporadas electorales aportando a la creación de campañas políticas, lo mencionado por el autor Delarbre hace énfasis en identificar los niveles de alcance persuasivo que actualmente llega o puede llegar a tener el continuo crecimiento de los medios de comunicación.

#### **1.4. Propaganda política y elecciones**

La propaganda es un pilar fundamental dentro de la comunicación, es un punto con mayor valor cuando hablamos de ella con fines políticos, ya que el fin último de la propaganda es buscar influir dentro del sistema de conducta, valores y creencias de los ciudadanos de acuerdo con los diferentes propósitos de su utilización.

“La aparición de la propaganda fue durante la primera guerra mundial, cuando se presenció por primera vez el empleo amplio y exitoso de la propaganda política. Durante el intervalo entre ambas guerras mundiales, la política de casi todos los países, tanto doméstica como internacional, estuvo influida por la propaganda, siendo el propósito fundamental obtener la adhesión a una idea y una línea de acción predeterminadas. Durante la década de 1920 y los primeros años del treinta, algunos autores definieron la propaganda de una manera bastante estricta como esa forma de manipulación simbólica en la cual los destinatarios no advierten los verdaderos propósitos de los manipuladores” (Young, 1999, pág. 199).

La propaganda puede ser empleada por algún partido político, un grupo de interés especial en oposición a otro grupo, por organismos gubernamentales para promover planes locales de carácter político- económico, también puede ser usada como un aspecto de la guerra psicológica entre naciones, tanto en la paz como en la guerra, ya que puede ser utilizada para crear odio y deshumanizar hacia un supuesto enemigo, etc., y, finalmente, puede ser presentada a través de la televisión, la radio, folletos, carteles, o cualquier otro medio de comunicación.

Técnicamente, toda propaganda es un manejo y manipulación de las opiniones; sobre todo, de los sentimientos colectivos, la sugestión es el elemento psicológico esencial, en el cual se tienen que tomar en cuenta las motivaciones básicas de los individuos a los cuales va dirigida. Como todos los deseos básicos del hombre están condicionados emocionalmente, el experto en promoción hará un uso amplio del amor, la cólera, el miedo, la esperanza y cualesquiera otros sentimientos, emociones y afectos útiles para el cumplimiento de su finalidad.

La propaganda política, lo mismo que toda otra propaganda, tiene más éxito cuando despierta deseos y predisposiciones latentes en el pueblo, o cuando proporciona nuevos objetivos en tiempos de angustia y confusión públicas. En cuanto a la propaganda Domenach habla de sus reglas y técnicas:

1. Simplificación y del enemigo único: En este caso la simplicidad es un punto muy importante, ya que dividir su doctrina y argumentos en algunos puntos, para que de esta manera queden definidos claramente y sea posible una mejor comprensión. Se debe definir muy bien al adversario es decir al líder del partido político, esta individualización del adversario ofrece muchas ventajas. En lo que respecta a la simplificación podemos hacer mención del slogan publicitario, que más que una frase, integra lo esencial del mensaje y de esta manera sirve con mayor eficacia a la intencionalidad publicitaria del anunciante.

2. La exageración y desfiguración: En este punto se hace uso de la exageración de las noticias para que de esta manera se resalte la información favorable.
3. Orquestación: Tiene que ver con la repetición (en diferentes formatos y presentaciones) de los temas principales, limitándose a una pequeña cantidad de ideas que son repetidas continuamente por todos los medios en que puede ser presentada la propaganda.
4. Transfusión: La transfusión de la convicción se dará cuando se logra conectar los programas nuevos con estereotipos ya existentes en la muchedumbre.
5. Unanimidad y contagio: En este caso la propaganda deberá de crear y reforzar la unanimidad y así contagiarla rápidamente, donde las ideas de amistad, de salud y alegría son el común denominador de la propaganda (Domenach, 1963).

En la propaganda se debe estar consciente de que los receptores tienen ideales y que pueden cambiar de opinión, por esto es importante analizar la forma en la que se les enviarán los mensajes para que no se sientan invadidos y se dejen llevar por el sentimiento que el mensaje en sí les transmite, esto no es posible sin un esfuerzo constante de información, que concierne no solamente a los hechos susceptibles de alimentarla, sino también al estado de los sectores de opinión a los cuales va dirigida. La política de la sociedad de la información es comunicación simbólica expresada en términos de antagonismo, en el espacio mediático toda esa creatividad triunfa en conjunción con la publicidad: cuando el producto es bueno y tiene gran demanda.

“En los sistemas democráticos, los procesos comunicativos encaminados a persuadir son centrales porque están en la base de las relaciones entre ciudadanos y políticos, pero su importancia se incrementa durante la campaña electoral cuando todos los partidos políticos despliegan sus estrategias persuasivas con el objetivo de conseguir el máximo número posible de adhesiones. Esto convierte a

estos periodos, muy delimitados en el tiempo, en particularmente interesantes para el análisis de las estrategias persuasivas. En sociedades como la actual, los procesos persuasivos se llevan a cabo, principalmente, a través de los medios de comunicación social entre los que destaca la televisión, medio más seguido por los electores para informarse de política” (Capdevilla, 2018, pág. 239).

Su principal objetivo propagandístico es conmover o enardecer, sentando sus bases en la repetición: el gusto por la cantidad y el entusiasmo por todo lo colosal son su signo. En el campo de la imagen se enriquecen las palabras y frases que funcionan como emblemas y devienen en símbolos representativos. De esta manera la propaganda es una suma de símbolos activos que envuelven emocionalmente a las multitudes, identifican a los grupos y aceleran el proceso connotativo de la comunicación; conformada mediante diferentes métodos de influencia de masas cuyo objetivo es la consolidación, así como la creación de actitudes en gran parte de la población para poder asimilar ideologías, doctrinas, sistemas filosóficos, aunque no sea esto su única y última finalidad (Barrera, 2015)

Como se pudo observar a través del desarrollo del epígrafe la comunicación y las elecciones están fuertemente vinculadas con el desenvolvimiento de la política, de tal modo que no puede concebirse el desarrollo propio de las campañas políticas si no existe dentro de ella comunicación. Se vio previamente que la comunicación es inherente al ser humano, la transmisión de simbologías y mensajes a lo largo de los años se ha ido complejizando de acuerdo con el desarrollo de la sociedad como con el implemento de las tecnologías de la información, según sean sus propósitos para lograr convencer a los ciudadanos de ceder su soberanía al otorgar un voto para ser representados políticamente, éste es un evento único en cada ocasión y debido a su importancia, los actores, participantes y todas las ramas que se desprenden de ellos.

## **Capítulo II. El Proceso Electoral en México**

Este capítulo tiene como objetivo exponer el contexto del sistema político mexicano; desde sus cimientos después del porfiriato, pasando por la creación de nuevo sistema que permitió mantener la hegemonía de un partido en el poder validado por la vía electoral, haciendo énfasis en la década de 1930 cuando la sociedad empezó a crear conciencia de la necesidad de un contrapeso fuerte a la coalición de gobierno. Posteriormente con la creación de un nuevo programa democrático se realizan reformas a las leyes, gracias a esto los procesos electorales toman un rumbo fijo y determinado hasta lograrse la creación del Instituto Federal Electoral ahora Instituto Nacional Electoral.

La obtención de un proceso electoral sólido en el país requirió un amplio recorrido histórico motivado también por distintos factores externos e internos. Es por esta razón que a lo largo del siguiente apartado se buscará dar a conocer el objetivo del sistema electoral y el sistema de partidos en México mediante la exposición de sus antecedentes en la historia, al igual que la descripción de algunos de los elementos estructurales que lo han configurado a lo largo de los años.

### **2.1. El Estado democrático**

El concepto de Estado ha sido tomado por diferentes pensadores a lo largo de los años, desde Aristóteles, Maquiavelo hasta Thomas Hobbes quien, al separarse del ámbito teológico, define la necesidad de crear un pacto social que establezca la paz entre los hombres, esto debido a las tendencias que dominaban en el estado de naturaleza.

"Cada hombre es enemigo de cada hombre; los hombres viven sin otra seguridad que sus propias fuerzas y su propio ingenio debe proveerlos de lo necesario [...] y lo que es peor que nada, hay un constante temor y peligro de muerte violenta, y la vida del hombre es solitaria, pobre, grosera, brutal y mezquina" (Hobbes, 1977, pág. 135).

Debido a esta explicación de descripción de la naturaleza humana y lo que provoca a los individuos estar dominados por la ambición de poder derivada del instinto de conservación, propone un gobierno regulador del comportamiento de las personas; este pacto se realiza entre súbditos, es decir existe un depositario de los derechos de los ciudadanos, mismo que se centra en un Estado que debe ser fuerte y central que todos reconozcan. John Locke retoma el “*estado de naturaleza*” para describir la necesidad de los individuos de organizarse en Estados

"Por consiguiente, el grande y, principal fin que lleva a los hombres a unirse en Estados y a ponerse bajo un gobierno, es la preservación de su propiedad, cosa que no podían hacer en el estado de naturaleza[...]"  
(Locke, 2014, pág. 32)

Tomando como base lo anterior se destaca, el reconocimiento de derechos individuales para asegurar la paz, mediante el agrupamiento de una sociedad política; dejando atrás la idea del concepto como dogma religioso, es de esta manera que el Estado ocupa el papel de protector de los derechos individuales para contribuir a las mejoras de los ciudadanos. "Por Estado se entiende una comunidad independiente, con alguna forma de gobierno" sin definir algún tipo de gobierno en particular" (Locke, 2014, pág. 139).

El Estado es primordial debido a que al garantizar seguridad y generar paz, logra mantener al margen la incertidumbre o el miedo en los individuos, generado en un Estado natural en donde únicamente se vela por intereses propios, ya que se carece de normatividad impuesta dentro del comportamiento, de lo contrario, al no existir estas normas, impera el caos y la lucha por la supervivencia.

Lo importante dentro del Estado de Locke es la “garantía de bienestar” en el pueblo, paz social y la búsqueda constante de equidad, todo generado por los propios individuos al seguir intereses tanto como voluntades colectivas en que se encontraban todos los segmentos de la sociedad, gobernantes y gobernados.

De esta manera, el objetivo principal no es la mejora o el perfeccionamiento de los individuos sino la garantía de libertad de estos, por medios de instituciones articuladas con ese objetivo: buscar un régimen moderado al renunciar a lo absoluto. Propone un equilibrio social a través de múltiples órganos con funciones derivadas y vinculadas a la estricta separación de poderes.

En lo que respecta a Montesquieu (Montesquieu, 2003) su principal preocupación fue la libertad. Las diferentes concepciones de los autores, de acuerdo con su evolución, atienden a temporalidades distintas, épocas diferentes, momentos históricos específicamente marcados. No obstante, lo cierto es que no sería posible comprender ni mucho menos analizar la formación de los Estados actuales, mismos que siguen en constante crecimiento democrático como el mexicano.

Hablar de un Estado actualmente involucra un complejo aparato institucional creado de acuerdo con los distintos contextos históricos, articulado y modificado según se da el paso en la historia de la humanidad. Desarticular sus elementos implica una red casi imposible de descifrar, pero para comprender el concepto se tomarán en cuenta los tres elementos generales con los que cuenta. El primero la población, el elemento fundamental de la sociedad creado mediante diferentes procesos de asociación como el cultural. El territorio es la unidad física que provoca el surgimiento y la existencia del Estado. Como tercer elemento está el gobierno que como portador del poder político tiene como función el control y la reglamentación de la vida en sociedad.

En lo que a Gobierno se refiere a la idea de liderar, ya que como fenómeno ha sido practicado durante la historia de la humanidad. En la actualidad representa el eje por donde se ejerce el poder político, la Constitución mexicana establece que el gobierno debe ser una república representativa, democrática y federal además de establecer que el poder de la federación se divide en tres poderes: legislativo, judicial y ejecutivo. En este sentido, el gobierno forma una parte constitutiva del Estado por medio el conjunto institucional que otorga orientación política a la sociedad; como institución está inmerso en el sistema político gracias a que forma

parte clave en la toma de decisiones que de manera estructural posee el régimen. De acuerdo con (Bobbio, 2002) el gobierno es el conjunto de órganos a los que institucionalmente se les ha conferido el ejercicio del poder.

Desde el punto de vista funcional Hipólito Orlandi y Javier Zelaznik (Zelaznik & Orlandi, 2007) mencionan que es definido por el conjunto de funciones que le pertenecen: la función política, que mediante conducción política fija los proyectos políticos, influye orienta e interviene en los asuntos públicos; la función normativa por su parte comprende algunas funciones legislativas y de control normativo; la última función es la administrativa que se vincula directamente con el Estado para cuidar y proveer los servicios públicos requeridos. “Pueden faltar los partidos, los parlamentos, las elecciones, los aparatos burocráticos desarrollados, pero no una estructura de gobierno (Zelaznik & Orlandi, 2007, pág. 235)

Para Aristóteles (Aristóteles, 2014) las formas de gobierno son catalogadas de acuerdo a dos características, la persona o personas sobre las que recae el gobierno y el objetivo que el gobierno persigue, en los extremos de su clasificación se encuentra la tiranía en donde uno se impone y la democracia que en sentido ideal sería el gobierno de todos.

En la actualidad cualquier gobierno que pretenda justificarse frente a sus gobernados se autodefinirá como democrático, ya que éste se ha constituido en el paradigma universal del sistema político moderno, que promueve los valores de igualdad, libertad, justicia y participación.

## **2.2. El sistema político mexicano**

A partir de su formación como Estado el país se promulgó como República representativa, democrática y federal, la práctica política en diversas ocasiones no ha ido acorde a ello, a pesar de los avances y retrocesos en esta consolidación democrática; en este sentido se puede remitir a la política en el sentido de la vida social, contexto y las relaciones de poder.

Dentro de la vida en sociedad, se clasifica a los ciudadanos generalmente como gobernantes y gobernados, de esta relación deriva primordialmente el proceso de toma de decisiones públicas; mismas que afectan a gran parte de la sociedad y deben ser acatadas, ya que suponen la relación autoridad - obediencia. Las decisiones son tomadas por la clase gobernante, en donde se establecen restricciones de esta debido a la influencia de un factor primordial: el costo social. Al momento de ser tomadas dichas decisiones se busca la coincidencia de los intereses y objetivos propios de los enfoques que existan.

“Los métodos para la solución de conflictos y la toma de decisiones son múltiples y van desde la imposición, la fuerza y la violencia, hasta la deliberación, la negociación y la votación. El método elegido definirá el tipo de régimen que adopte.” (Casar, 2010, pág. 3)

De lo enunciado por el autor Casar se pueden inferir dos tipos de régimen, ya sea uno democrático en donde las decisiones sean votadas por un grupo de representantes electos o el autoritarismo, en el cual solo un mínimo grupo de personas puede decidir. Al momento de la adopción de régimen se reconoce el derecho de la autoridad, mismo que provoca el acato de las decisiones políticas a pesar de no ser del agrado de la población, se habla en este sentido de obligación hacia el estado, ya que los gobernantes poseen instrumentos para hacer valer las decisiones.

“El estudio del sistema político abarca su formación (vías de acceso al poder), composición (distribución del poder), estructura (facultades y obligaciones) y las formas de ejercicio del poder. En buena parte de la literatura los conceptos régimen y sistema político se utilizan indistintamente, sin embargo, algunos autores sostienen que el primero se refiere a los principios y valores, mientras que el segundo alude a las modalidades que asumen los principios básicos que definen el régimen político” (Kelsen, 2015, pág. 7).

Para comprender el funcionamiento de los sistemas políticos existen diferentes enfoques. En el caso del sistema político mexicano se tomará el enfoque sistémico de David Easton en el cual la relación de distribución de valores considerados útiles según la sociedad define las funciones del sistema político, ayudado de las sanciones que una estructura normativa genera.



Fuente: David Easton, (2006) Esquema para el análisis político, Argentina, Ed. Amorrortu Editores, p. 156.

“El sistema político se encarga, entonces, de convertir las demandas en acciones y decisiones que se manifiestan en la elaboración de normas generales, la aplicación de regulaciones específicas y las decisiones de acción política que pueden construir en la apertura de los caminos solicitados, la construcción de presas[...].” (Easton, 2012, pág. 245)

De acuerdo con Easton, los apoyos se dan en tres niveles: a la comunidad, al régimen y a las autoridades. Siguiendo el sistema que propone el autor se habla de uno complementario, ya que lo implementado por el sistema político requiere mejoras que entran de nuevo (inputs y outputs). Derivado de la influencia de los modelos económicos en mayor medida, la retroalimentación dentro del mismo sistema es necesaria.

Otro aspecto fundamental para entender el sistema político son las clasificaciones de los regímenes políticos, Aristóteles (Aristóteles, 2014) inicia con una clasificación primaria de seis tipos, a saber, monarquía, tiranía, aristocracia, oligarquía, república

y democracia. A partir de esta clasificación, con base en diferentes aspectos o criterios surgen otras más. Como la categorización de Juan Linz quien divide tres categorías: democracia, totalitarios y autoritarios, basado en la Organización y el ejercicio del poder, creencias que sostiene y el papel que se asigna a los ciudadanos (De la Barquera, 2017).

Acotando la realidad política, el surgimiento y desarrollo del sistema político mexicano ha experimentado diferentes fases a lo largo de la historia. Al hacer un análisis del sistema político, Villafañe clasifica en el marco de evolución de este en cuatro etapas esenciales con especial énfasis en la etapa del presidencialismo.

- La revolución mexicana
- EL militarismo
- La reforma posrevolucionaria: la fundación del Partido Nacional Revolucionario
- El cardenismo (el nuevo estado)
- El presidencialismo (Villafañe, 1986)

“Víctor López enfatiza un aspecto que ha sido muy descuidado [...] la política militar [...] menciona con acierto la contradicción poder militar regional- poder central [...] estos problemas y la forma como fue resuelta en México la institucionalidad política en la primera mitad del siglo XX, son hoy el centro de debate en toda América Latina respecto a las posibilidades de consolidación de la democracia” (Manaut, 2019, pág. 104).

Por otra parte Córdova (1994) menciona la constitución de un gobierno fuerte con el porfirismo en el cual se transformó en poder personal el fortalecimiento del poder nacional, a través de su política económica y el uso de políticas sociales como instrumentos de poder, se controlaba a la clase oprimida; al mismo tiempo que las políticas fueron utilizadas como arma contra las clases poseedoras, haciendo posible para los dirigentes el control de las masas. De acuerdo con el contexto, se

creía suficiente la participación del pueblo para que la revolución fuera popular; el autor menciona que no fue así debido a que este tipo de revolución persigue la abolición de las condiciones fundadas en la propiedad privada, mismas que hacen posible la explotación de las clases trabajadoras. En este sentido para que el caso fuera exitoso en el país se requería que los movimientos obreros y campesinos se impusieran como dominantes y no fueran dirigidos por exponentes pertenecientes a otros estratos sociales.

La revolución mexicana constituía una forma inédita en la historia, pretendía ser una revolución populista. Base esencial para que pocos años después se diera paso a la institucionalización obrera con la organización del partido oficial. El Partido Nacional Revolucionario en 1929, en el cual Plutarco Elías Calles impuso durante este periodo de coalición de fuerzas, Partido de la Revolución Mexicana 1938, englobando a los distintos sectores populares hasta su última transformación en 1946, como Partido Revolucionario Institucional aglomerando a toda la clase trabajadora de la sociedad. Durante este proceso el corporativismo fue utilizado como eje de poder, pero la verdadera problemática llegó con el proceso de modernización; es decir, lo que significaba el proceso de desarrollo para un país dependiente y atrasado en múltiples sentidos.

“Es a Cárdenas a quien corresponde el mérito de haber construido, en sus términos esenciales y permanentes, el contrato social populista que ha consolidado, la estabilidad política y social de México, en la que el Estado constituye el eje entorno del cual giran los más diversos intereses sociales” (Córdova, 1994, pág. 44).

Después del caudillismo el país entra en la etapa del presidencialismo cuya figura principal es el presidente en tanto que es visto como la autoridad suficiente para ampliar sus poderes e imponerse en los distintos niveles de lo real; ocasionando de esta manera una especie de fuerte paternalismo, siendo esta la última forma de gobierno la que tuvo mayor auge en la historia reciente del país.

“Las fracturas y debilitamiento del sistema político lo hicieron insostenible, un presidente cada vez más atacado, cuestionado y rebasado por las situaciones sociales, económicas y políticas; un partido en el poder incapaz de poder mantener la unidad interna y su papel de intermediario político; organizaciones sociales cada vez más disidentes, partidos políticos con mayor presencia y luchando por elecciones reales y mejores y mayores espacios políticos; una alta burocracia política caracterizada por la corrupción y el escándalo; empresarios inconformes; gobernadores que buscaban una efectiva autonomía y una Iglesia que busca mayores espacio políticos y sociales, todos ellos en su conjunto hicieron que el presidencialismo cayera junto con el partido de gobierno.” (Fonseca, 2012, pág. 33)

La evidencia de los ampliados poderes que ostentó el presidente durante este periodo histórico, asumiendo el mando absoluto de la nación y como jefe nato del partido, enmarcaron la necesidad democrática de un sistema electoral adecuado para los instrumentos democráticos. “El presidente deja de ser una persona. Es una institución” (Córdova, 1994, pág. 57) .

### **2.3. Sistema electoral y de partidos en México**

La gobernabilidad democrática es un eje ordenador para el desarrollo social tanto como económico, siendo una condición esencial para la evaluación de los regímenes políticos y su acercamiento al “ideal democrático”, factor importante en el institucionalismo; esto en el país puede ser definido y medido por el sistema de partidos al igual que el sistema electoral. Ambos sistemas coexisten y se complementan dentro del régimen, Leonardo Valdez Zurita define de manera concisa y compleja a ambos.

"El sistema electoral es el conjunto de medios a través de los cuales la voluntad de los órganos de gobierno o de representación política [...] sistema de partidos: es el espacio de competencia leal entre los partidos,

orientado hacia la obtención y el ejercicio del poder político." (Valdés, 2015, págs. 9-35)

En el sentido de las anteriores definiciones el sistema electoral engloba a los diferentes elementos, circunstancias y actores dentro de todo el fenómeno electoral al fungir como mediador entre la voluntad democrática, que son los votos ejercidos por los ciudadanos y la generación de gobernantes mediante el mecanismo de representación legítima, normado por leyes electorales en las elecciones.

El sistema de partidos es enmarcado como el espacio de competencia de los partidos, ya que, al ser un canal de comunicación y transmisión entre los gobernantes y los ciudadanos, teniendo como objetivo convertirse en gobierno; su función es necesaria para la construcción democrática y para lograr la competencia efectiva en el ámbito electoral.

“[...] Dentro del campo teórico que relativiza el factor sistema electoral [...] es, de hecho, solo un factor entre otros muchos de los que actúan sobre la forma de un sistema de partidos [...] depende de los factores contextuales”. (Nohlen, 2007, pág. 137)”

Los factores de importancia de ambos sistemas atribuyen a diferentes campos de funcionalidad, no se exalta la importancia de uno sobre otro, se debe diferenciar; como el hecho que enfatiza el autor acerca de que la creación de los sistemas electorales es la revelación de transformaciones históricas políticas y sociales. A continuación, se muestra un cuadro comparativo ejemplificando las funciones de ambos sistemas.

Sistemas Electorales	Sistemas de partidos
Regulación de las etapas en el proceso electoral	Norma la competencia
Determinación y delimitación de los distritos y secciones electorales	Lucha democrática por el poder
Regulación en el desarrollo propagandístico de las campañas	Confrontación de opciones (intereses y proyectos)
Determinación del triunfador de los comicios	Legitima la obtención de cargos de representación
Resolución de conflictos en el proceso	Ejercicio de las facultades legislativas

Elaboración propia Fuente: Leonardo Valdés (2015) *Sistemas Electorales y de Partidos, México, INE.*

Existen diferentes tipos de sistemas electorales con distintas variaciones, como el hecho de que los sistemas de cada país dependen de sus factores contextuales; de esta manera no puede existir un sistema perfecto, debido a que el aparato institucional será el resultante de distintos desarrollos históricos independientes, conflictos y diversas decisiones políticas. Entre la tipología básica de los mismos se pueden encontrar el de mayoría relativa o absoluta, representación proporcional y mixtos, este último tipo está clasificado en México con un dominante mayoritario, ya que cuenta con elementos de los mecanismos de mayoría y de representación proporcional. (Valdés, 2015)

La viabilidad de los sistemas electorales respecto de su ideal democrático es medida de múltiples maneras, su evaluación en la actualidad es de vital importancia para el sistema político en general, sobre todo en las democracias jóvenes o en proceso de consolidación, dentro del andamiaje institucional se espera el correcto

funcionamiento de acuerdo a ciertas exigencias. Dieter Nohlen plantea cinco criterios de evaluación. (Nohlen, 2007, págs. 158-161)

- Representación – Reflejo adecuado en los órganos representativos de los intereses sociales y opiniones políticas. El criterio mide la representación de las minorías, así como la representación con proporcionalidad de las de las fuerzas sociales y políticas.
- Concentración o efectividad – Inclusión de los intereses y opiniones político-sociales en las acciones políticas, generando a su vez voluntad política en los ciudadanos. El criterio comprende la efectividad del sistema electoral en el sentido de la generación de estabilidad en el funcionamiento del sistema político y su influencia en el perfil de las instituciones.
- Participación – Como el término lo indica, refiere a la participación de los ciudadanos al momento de expresar voluntad política. El parámetro de medición por el sistema electoral es la forma de votación personalizada, si se descarta, se considera un déficit participativo.
- Simplicidad o transparencia – Un requisito orientador, a pesar de lo complicado que se vuelve el entramado del sistema electoral, se aspira a que el electorado pueda comprender su operación y hasta las condiciones que genera su voto. No hay un criterio específico de evaluación ya que depende de contingencias históricas; una valoración adecuada es el retraso del escrutinio de los votos, debido a que genera duda respecto a la transparencia de las elecciones.
- Legitimidad – Engloba los anteriores criterios en lo referente a la aceptación de los resultados de las elecciones, del sistema político como un todo. El parámetro es observable en el hecho de la unión del país provocado por el sistema, también se observa en la extensión de la crítica que recibe por parte de la opinión pública.

Respecto a la diferente tipología de partidos Giovanni Sartori menciona que el mejor sistema es el que mejor se adapta. Otro punto importante para destacar lo constata

Maurice Duverger “el comportamiento del electorado no es nunca la auténtica causa” (Duverger, 2001). Entendiendo los requerimientos, así como las consecuencias necesarias propias de la teoría, la acción y a pesar de que resulta evidente la necesidad de legitimación del sistema electoral, es complejo indagar en los parámetros propuestos por los diferentes autores, pero, por su parte Dieter Nohlen brinda, con los criterios anteriores, la posibilidad de una evaluación objetiva que puede iniciarse con el análisis de la incidencia de las instituciones en el desarrollo político en general.

México regido por la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales tuvo un sistema mixto basado en una estructura simple en distritos uninominales, con distribución adicional de diputaciones por representación proporcional. Entre los años de 1978 y 1986 se contó con trescientos distritos uninominales, trescientos diputados de mayoría relativa, con base en las circunscripciones de plurinominales eran elegidos cien diputaciones de representación proporcional. A partir de 1988, como ya se hizo mención, se aplica un sistema mixto con dominante mayoritario, con 300 diputados por distritos uninominales más 200 de representación proporcional. La mayor defensa del sistema es la conservación de la relación representante-representado.

En lo que se refiere al sistema de partidos en el país, desde el siglo pasado se adopta la concepción de los partidos políticos como el gran medio para la participación política, evidentemente la creación del sistema va de la mano con el crecimiento de estos como organizaciones promotoras de la comunicación en tanto que gobernantes y gobernados son las fuentes de la opinión pública. Al ser los partidos la condición necesaria para la existencia de un sistema de partidos, la constitución de este requiere especial énfasis en garantizar elementos que permitan la competencia entre los mismos, así como la existencia de los mismos posterior a la obtención de su objetivo primordial, a saber, la de ejercer el gobierno; de esta manera el dispositivo legal debía propiciar la consolidación de partidos fuertes.

Con la aprobación de la ley electoral de 1946 es creado en México el sistema de partidos moderno, los partidos oficialmente ocupan la posición central en el enmarcado jurídico; dentro del contexto mexicano también se les da posición vital debido a que se buscaba la representación política inspirada en los ideales democráticos; por su parte, el concepto de partido fue utilizado como un instrumento utilizado para la canalización de demandas, pero en mayor medida, como forma de control institucional, ensombreciendo el objetivo de la libre participación; con esta ley se cerraría por largo tiempo la apertura a los candidatos independientes, al restringir la presentación de candidaturas únicamente a los partidos políticos y exigir estrictos requisitos a las organizaciones que debían realizar el registro ante la Secretaría de Gobernación, es decir la aprobación de estos requisitos debía ser dada por el gobierno, en el caso de tener como objetivo la búsqueda de representación política. El objetivo de esta cooptación era empujar al sistema de partidos hacia una dimensión nacional, ya que su importancia como organizaciones fue y es vital para el desarrollo de la vida política institucional del país.

“La élite heredera de la revolución tuvo la capacidad de desarrollar un elevado grado de institucionalización de sus estructuras de dominio con la creación y posterior transformación del partido gobernante (PNR, PRM, PRI), el cual desde un principio tuvo a su servicio todos los recursos del Estado mexicano (Chávez, 2014, pág. 93).”

Al idealizarse la concepción de los partidos o de partido en el país se dio lugar a que éstos se convirtieran en el elemento jurídico principal para la creación, modificación y promoción normativa de la representación, al igual que de la participación política. Abriendo de esta manera la posibilidad de que dentro del sistema pudiera sobrevivir por 70 años un partido dominante gracias al bajo nivel de oposición y pluralismo.

De acuerdo con la clasificación de Giovanni Sartori, México, como caso especial, fue categorizado como sistema de partido hegemónico pragmático (Sartori, 1999).

Debido a que de acuerdo a los conceptos del autor se define como el contexto en donde no es posible encontrar el marco legal que fomente el multipartidismo, ocasionando, a pesar de la existencia de partidos de oposición, que no conste una verdadera competencia para la obtención del poder; esta situación también se refiere a la amplia gama ideológica que se permitía en el modelo de dominación del partido hegemónico, al ser tolerante con los opositores en el ámbito ideológico era posible cooptarlos e imposibilitarlos en la alternancia de poder.

La concepción de partidos promovida por el régimen, no se acercaba a la idea asociativa nacional ni a los ideales democráticos buscados, debido al ya mencionado bajo índice de competitividad dentro del sistema de partidos, se comenzaron a suscitar constantes crisis que cuestionaban la viabilidad del modelo dentro de los partidos opositores. Para subsanar las crisis y aun con una fuerte visión en el desarrollo de los valores democráticos a mediados de los años setenta se iniciaron una serie de reformas electorales a través de los años, mismas que buscaban primordialmente abrir el sistema de participación a la oposición intentando modificar las condiciones de competencias. Empezando por reconocer a los partidos como “entidades de interés público”. (Prud’homme, 2010)

Los acuerdos legislativos logrados fueron evidentes de manera paulatina en el transcurso de los años posteriores, de modo que se evidenció dicho desplazamiento con la disminución constante de los sufragios emitidos para el Partido Revolucionario Institucional y el primer triunfo de la oposición panista en una gubernatura, con Ernesto Ruffo Appel en Baja California en 1989 y el aumento los votos emitidos para Acción Nacional. Una vez lograda la alternancia en el poder ejecutivo en el año 2000 con Vicente Fox Quezada, el Partido ya contaba con la gubernatura de nueve estados; mientras que el Partido Democrático Nacional gobernaba el Distrito Federal ahora Ciudad de México.

A partir de 1997 el presidente en funciones gobernó de manera dividida, es decir sin contar con mayoría absoluta en una o posteriormente ambas cámaras, esto abrió el terreno por necesidad para la formación de coaliciones para el funcionamiento

legislativo, aunque esta cooperación legislativa la mayoría de las ocasiones desaparecía en las discusiones esenciales al imponerse la lógica ideológica dentro del congreso. (Prud'homme, 2010) Aunque el logro de la mayoría parecía imposible con la apertura del sistema y el registro de diversos partidos en busca del poder disputando la alternancia en el poder ejecutivo, en las pasadas elecciones de 2018 MORENA partido de reciente creación, arrasó con los escaños en ambas cámaras.

<b>Partido Político Nacional</b>	<b>Total de representantes en Cámara de Diputados</b>	<b>Total de representantes en Cámara de Senadores</b>	<b>Total</b>
PAN	81	23	<b>104</b>
PRI	45	14	<b>59</b>
PRD	21	8	<b>29</b>
PT	61	6	<b>67</b>
Partido Verde	16	6	<b>22</b>
MC	27	7	<b>34</b>
Nueva Alianza	2	1	<b>3</b>
MORENA	191	55	<b>246</b>
Encuentro Social	56	8	<b>64</b>
<b>Total</b>	<b>500</b>	<b>128</b>	<b>628</b>

Fuente: Elaboración con datos del Instituto Nacional Electoral

De acuerdo con los datos proporcionados en el anterior recuadro, es notorio que la coalición encabezada por MORENA logró alcanzar mayoría absoluta en ambas cámaras. Los diferentes problemas que han enfrentado los sistemas electorales y de partidos cruzan ahora por un cambio de valores y practicas buscando un nuevo sentido a la actividad política. Su transitar en la búsqueda del ideal democrático

puede verse reflejado de cierta forma normativa en el pasar de las reformas electorales.

“[...] quiero recordar que no existe una influencia lineal de los sistemas electorales sobre los sistemas de partidos políticos, ni tampoco existe una relación definida entre el formato del sistema de partidos y la gobernabilidad democrática [...]” (Nohlen, 2007, pág. 99).

#### **2.4. Reformas Político-Electorales en México**

La insuficiencia en el cumplimiento de los estándares democráticos en México respecto a la competitividad del sistema de representación con los partidos políticos dio lugar a la necesidad de reformas electorales que fortalecieran a los partidos políticos como figura de representación política, buscando obstaculizar progresivamente la conservación de un control político mediante una normatividad legislativa que generó una competencia más equitativa.

“Los partidos políticos desempeñaron un papel esencial en el proceso de cambio. Fueron los principales protagonistas de las negociaciones que llevaron a la modificación de las reglas de competencia electoral. A la vez que promovieron la transformación del sistema de partidos en un sistema más competitivo aseguraron también la persistencia de una concepción de la función de las organizaciones partidistas que encuentran sus raíces en las reformas de 1946.” (Loaeza & Prud´homme , 2010, pág. 14)

Con base en lo anterior, Soledad Loaeza y Jean-Francois Prud´homme realizan un análisis sobre motivos que impulsan la necesidad de reformas electorales en el país para el beneficio y consolidación del sistema electoral y de partidos, mismos que ya fueron desarrollados en el apartado anterior. De esta manera, teniendo en claro los conceptos, así como el contexto histórico que venía atravesando el régimen político en general, es necesario visualizar el desarrollo histórico de las diferentes reformas electores al igual que sus contribuciones y modificaciones más relevantes.

La reforma de 1977, promovida como respuesta gubernamental después de crisis en los partidos de oposición, movilizaciones estudiantiles, el desgaste del sistema electoral por la realización de elecciones inequitativas así como una crisis de participación; llega para iniciar la apertura de un sistema con menos autoritarismo, pero generoso con los partidos políticos al otorgarle prerrogativas que reafirmaban en cierto grado la línea comenzada desde 1946, misma que abría el espacio para que los partidos fueran la única vía para el acceso a la representación política.

“[...] La candidatura solitaria de José López Portillo, entre otros factores, condujeron al gobierno a elaborar una propuesta de reforma política cuyo objetivo era abrir el sistema de partidos y brindar estímulos a éstos, para permanecer en un juego en el que sabían de antemano que nunca podrían ganar, sin arriesgarse a perder el control sobre los procesos electorales ni sobre las piezas maestras del régimen autoritario.” (Chávez, 2014, págs. 19-20)

Los partidos ahora contaban con rango institucional, obteniendo así derecho a prerrogativas que les permitirán el propio desarrollo de las actividades electorales y políticas, es decir contaban ahora con el derecho a realizar proselitismo en diferentes medios como radio y televisión entre otros para las campañas, esto gracias a la elaboración de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales; también se restan a la Secretaría de gobierno la atribución para conceder o cancelar el registro de los partidos y facultar a la Comisión Federal Electoral; a su vez, es generado el registro condicionado que se convertía en definitivo al conseguir el 1.5% de la votación.

“[...] Introdujeron un sistema de representación mixta –de mayoría simple y proporcional- en la Cámara de Diputados, duplicaron el número de diputaciones -300 de representación mayoritaria y 100 de proporcional-, permitieron el ingreso de los nuevos partidos a la competencia electoral y devolvieron a la Suprema Corte de Justicia el poder de investigar asuntos electorales.” (Prud’homme, 2010, pág. 127)

Como consecuencia de la reforma, en el ámbito electoral se crea mayor competencia, a nivel federal, algunos partidos no logran obtener el porcentaje de votación, pero en 1986 nace como aglomerado de los mismos para dar nacimiento al Partido Socialista Unificado de México e inician las disidencias dentro del partido hegemónico. El partido Acción Nacional no mostro apoyo a esta iniciativa de apoyo en las prerrogativas económicas a los partidos a partir de 1977 hasta 1989, pero la relación Estado – Partidos Políticos ya era aceptada en la década de los ochenta (Prud'homme, 2010, pág. 129).

Como parte de la renovación política nacional por iniciativa del expresidente Miguel de la Madrid en 1986 se da lugar a la siguiente reforma con un nuevo código electoral que pone fin a la ampliación del sistema para poner especial énfasis en el acceso a la cámara de diputados por medio de la representación proporcional, misma que había aumentado cien escaños y que permitía, básicamente, al partido mayoritario conservar la mayoría absoluta sin contar con el porcentaje de votación; en esta reforma es suprimido el registro condicionado y se aprueba en cámara alta la renovación por mitades cada 3 años. Dos años más tarde sería cambiado el rumbo político del país después de la elección presidencial, debido en esencia al “fraude practicado como último recurso de un sistema electoral fuertemente controlado por el PRI” (Chávez, 2014, pág. 32).

Después de las protestas generadas por las anteriores elecciones fue necesario un periodo de negociación entre partidos para impulsar la reforma de 1989 ya que ninguno contaba con la fuerza necesaria para aprobarla en solitario. Con dicha política de gobierno dual se hace posible la ya mencionada primera gubernatura ganada por Acción Nacional y se crea el Instituto Federal Electoral como organismo autónomo conformado por consejeros propuestos por el presidente de la república; se crea también el Tribunal Federal Electoral facultado para la resolución de las controversias electorales.

Pablo Xavier Becerra (Chávez, 2014) comenta que un año antes de las elecciones de 1994 se abre otro periodo de reformas en un ambiente de desprestigio,

presiones de partidos opositores al igual que conflictos locales, son reformados seis artículos de la constitución y 250 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, desaparece el principio de auto calificación en ambas cámaras, se introducen los topes en gastos de campaña así como los senadores de primera minoría, mismos que garantizaban a la oposición el veinticinco por ciento mínimo dentro de la cámara y con la firma del Acuerdo por la Paz, Democracia y la Justicia se consensó la modificar la composición del Consejo General del Instituto Federal Electoral al igual que la adición a varios artículos del Código Penal.

La siguiente reforma es promovida en 1996, modificando en esencia al Consejo General presidido por un consejero presidente y ocho electorales, el sistema de financiamiento de partidos tiene una fórmula treinta por ciento igualitaria y setenta en función de la votación conseguida, en las cámaras fue disminuido el margen de sobrerrepresentación del partido dominante con los mecanismos de asignación.

Las otras reformas se promueven años después de la alternancia en el poder ejecutivo. En el 2007 se da como consecuencia nuevamente un alegato de fraude en las elecciones anteriores, promoviendo nuevas reglas en el conteo de los votos, duración de la precampaña y campaña; después de la remoción de los consejeros de 2003 acusados por fraude, en 2008 son nombrados seis nuevos, correspondiendo dos a los tres partidos mayoritarios (PRI, PRD y PAN). Para 2013 con el Pacto por México el expresidente Enrique Peña Nieto buscó promover su agenda política, el Instituto Federal Electoral es convertido en el Instituto Nacional Electoral con la autoridad de delegar funciones a los institutos locales, es aumentado el porcentaje de votación para el registro y es reconocido el derecho a prerrogativas de las candidaturas independientes, aunque con limitaciones. “La evolución del sistema electoral y de partidos entra en una nueva etapa” (Chávez, 2014, pág. 138).

“Los debates nacionales sobre las reformas del sistema electoral en sus inicios se caracterizan, a menudo [...] por la falta de conciencia sobre las

múltiples funciones de los sistemas electorales, evidente en su reducción a una sola función a cuyo cumplimiento se dirigen las propuestas [...] Muchos de estos debates no han culminado en una reforma efectiva, por estas mismas circunstancias; sin embargo, han contribuido a mejorar la conciencia sobre la compleja interrelación de los factores y funciones y el conocimiento de los involucrados en la política, respecto a la importancia que tienen las instituciones para la gobernabilidad democrática.” (Nohlen, 2007, pág. 110)

Jaqueline Peschard (Peschard, 2010) acerca de todo el periodo reformista electoral enfatiza que la diversificación de los actores políticos, así como el cambio generado en la democracia electoral no puede ser echado para atrás, lo siguiente en esencia las futuras negociaciones dependerán de la participación del Poder Legislativo. El Ejecutivo podrá proponer, pero el Legislativo habrá de disponer (Peschard, 2010, pág. 401).

Con lo expuesto durante este capítulo se cumple el objetivo de recopilar y describir las situaciones así como los elementos considerados claves para la configuración del actual proceso electoral del país, que toma como base la concepción del Estado como ente regulador y constructor de la democracia mediante el fortalecimiento del sistema político mexicano, haciendo necesario de acuerdo a diferentes momentos coyunturales la realización de diversas reformas electorales que buscaran de igual manera fortalecer el sistema electoral y de partidos en México. Con la reiterada necesidad que implica la constante construcción democrática se debe seguir avanzando por apropiada representación de los ciudadanos, el desarrollo del capítulo encuentra concordancia con la reflexión enunciada a continuación:

“[...] Por ahora baste con reiterar que la democracia y la pluralidad ya están firmemente establecidas en el sistema electoral y de partidos en México y será muy difícil revertirlas. Por supuesto, aún hace falta avanzar en el mejoramiento de la calidad de nuestra democracia, pero la base de la que parte México ya es sólida.” (Chávez, 2014, pág. 138)

Se concluye que a través de la exposición de los ideales democráticos tomados como base para la construcción sólida y democrática en el país, como se puede ver en el gradual desarrollo de este apartado, las condiciones políticas tanto sociales empujaron al desarrollo de los sistemas para adaptarse a las diversas etapas que ha vivido el país y así dar un paso más en la búsqueda de estabilidad y legitimación institucional.

En este sentido resulta posible resaltar el hecho de que el desarrollo de la comunicación política dentro de los partidos políticos como elementos rectores dentro de toda la articulación de los sistemas políticos, al igual que de las consecuencias que estos pueden significar en el proceso histórico resultan inherentes. Es por esta razón que en el posterior desarrollo de la presente investigación se centrará en los ya mencionados partidos políticos dentro del juego político que implican las campañas electorales.

### **Capítulo III. Los Partidos políticos y el movimiento de Andrés Manuel López Obrador**

Como bien lo decía Aristóteles, el hombre es un ser político, de ahí la necesidad de convivir en sociedad y agruparse con sus semejantes; a pesar de las diferencias de pensamiento y opinión que nutren la existencia. Se disminuyen las posibilidades de enfrentamientos explosivos y descontrolados entre clases sociales por acceder a la conducta política de un país con la existencia de un sistema plural y maduro de partidos políticos al igual que la operación de financiamientos públicos y privados a través de éstos (Sánchez F. J., 2019). Lo anterior otorga parte de las bases sobre la necesidad de los partidos políticos en la actualidad.

Como se ha destacado, dentro de un sistema político democrático debe darse la existencia de condiciones para la apropiada competencia electoral de los partidos políticos, misma que permita y regule la lucha pacífica por la obtención de cargos públicos. Comprender el papel que juegan los partidos en el cambio político es esencial para la legitimación del poder político ostentado por los gobernantes; el proceso no podría llevarse a cabo sin la correcta comunicación entre ambas partes durante todo el proceso, ni la estructura estatal que lo regula.

Por las razones expuestas es que el objetivo del capítulo es, llegar a la profundización y significado del concepto, así como ejemplificar las funciones de los partidos políticos para exponer la justificación histórica que abre paso a la formación de un nuevo partido en la búsqueda del poder político en México con tendencia de izquierda.

#### **3.1. Los Partidos Políticos y su importancia en el proceso democrático**

Los partidos políticos son resultado en última instancia de la inserción del sistema electoral y de partidos, estos adquirieron el papel central en las diferentes actuaciones gubernamentales enfocadas al mejoramiento democrático representativo del país, debido a las crisis políticas y sociales acontecidas a través

de los años, ya que en la actualidad sustentan a diversas instituciones del Estado; de esta manera, respecto al surgimiento histórico de los partidos en una definición general se puede decir que:

“Los partidos políticos son el resultado de la quiebra de la sociedad tradicional o feudal y su paso a la sociedad industrial. El mundo burgués, posterior a las revoluciones en Inglaterra y Francia, requería de formas de organización política que sustituyeran a las estamentarias o corporativas por nuevos modos de organización, dependientes de grupos políticos organizados en el parlamento, con reglas claras para la circulación de la clase política” (Gracia, 2015, pág. 12).

Samuel Huntington (Huntington, 1968) remarca que el principal motor de la participación política es constituido por los partidos. Aunque el hecho de la presencia de partidos políticos dentro de un país no es condicionante para la existencia de un régimen democrático, ya que es necesario, como ya se vio, el cumplimiento de determinadas funciones sociales, institucionales y legitimadoras de la democracia, un clásico ejemplo es la República Popular China; cuando se da la presencia de partidos en regímenes no democráticos de cualquier tipo, la principal función de estos es la reproducción de la ideología dominante marcada por los grupos en el poder.

“En los procesos de transición [...] dejan de ser singularidades en búsqueda de un beneficio político directo e inmediato para transformarse en formadores y consolidadores del Estado democrático de derecho” (Gracia, 2015, pág. 49).

A lo largo de los años, autores como Maurice Duverger o Juan Linz han realizado clasificaciones para poder englobar a los partidos en distintas tipologías, diferenciados principalmente por el carácter que les otorgan a los sistemas, entre las clasificaciones se destacará a continuación la de Sartori:

- De partido único

- Partido hegemónico
- Partido predominante
- Bipartidismo
- Pluralismo moderado
- Pluralismo polarizado
- Atomización (Sartori, 1999)

En la anterior clasificación se destaca, como se mencionó ya anteriormente, que el autor contempló a la república mexicana del siglo pasado; en la clasificación enfatiza en la relevancia que tiene la relación del sistema político con dichos conceptos, además de la importancia de las leyes electorales para su correcto funcionamiento. En la siguiente clasificación el autor contempla el hecho de que un régimen político pueda transformarse en otro eventualmente, a lo que se denomina dinamismo.

Respecto a la existencia del campo electoral en los países democráticos que posibilita la lucha por el poder, llevada a cabo principalmente por los partidos políticos Giovanni Sartori (Sartori, 1999) también menciona que son conceptualizados por no concebir un antagonismo en el poder político, forman parte de un todo al momento de representar un aspecto y grupo específico de la sociedad y de ser un medio de expresión en lo tocante ser el intermediario entre el gobierno y los ciudadanos, sus inquietudes, demandas y decisiones. La Ley General de Partidos Políticos en México los define de la siguiente manera:

“Entidades de interés público con personalidad jurídica y patrimonio propios, con registro legal ante el Instituto Nacional Electoral o ante los Organismos Públicos Locales, y que tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de los órganos de representación política y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público.” (Instituto Nacional Electoral, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación , 2015, pág. 259)

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 41, agrega que tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de los órganos de representación política y, como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público.

“[...] los partidos tienen importantes cometidos en los Estados modernos: proponer programas e ideologías a los ciudadanos, articulados y aglutinar intereses sociales con finalidades estrictamente políticas, movilizar y socializar a los ciudadanos y, principalmente, reclutar élites y formar gobiernos, función que sólo ellos pueden realizar” (Gracia, 2015, pág. 17).

Es claro que para la correcta realización de objetivos estipulados en la teoría en los diferentes tipos de legislación debe existir un verdadero ambiente institucional plural que promueva la participación al igual que la representación, con controles democráticos para que no se haga posible la existencia de condiciones degenerativas del sistema en donde se inviertan los roles democráticos y sean los líderes de los partidos quienes demanden o tomen las primordiales decisiones políticas, convirtiéndose así en la ley de hierro de la oligarquía. (Duverger, 2001).

En México la regulación jurídica de los partidos políticos enmarca su constitución, registro, derechos, obligaciones y especifica un punto clave en ellos, la democracia interna, misma que los obliga y condiciona a proveer de derechos a los militantes, definir su forma de organización, estructura, procedimientos, controles y corrientes internas. Todos estos requisitos deben ser cumplidos por la vía administrativa, el Instituto Nacional Electoral, anteriormente Instituto Federal Electoral es el encargado de asumir valores que le permitan fungir como árbitro electoral, midiendo pesos y contrapesos, ya que acciona como la máxima autoridad electoral del Estado mexicano.

“A partir de la reforma constitucional de 2014, el INE evolucionó hacia una Institución de carácter nacional a partir de la cual los estándares con los que se organizan los comicios electorales se homologaron, para fortalecer la democracia electoral y garantizar el ejercicio de los derechos político - electorales de la ciudadanía. [...] Nuestros principios rectores son: legalidad, certeza, imparcialidad, objetividad, independencia y máxima publicidad, establecidos en el mandato legal que dio origen al IFE y que se enriquecieron con el INE” (Instituto Nacional Electoral, 2019).

### **3.2. PRI, PAN y PRD: partidos paradigmáticos en México**

Resulta indispensable rescatar e identificar las generalidades más importantes acerca de la estructuración de los dos partidos políticos con mayor relevancia dentro de la historia política del país, de acuerdo con los contextos en los que fueron creados, su formación, así como las transformaciones vividas en su interior derivado de las adecuaciones que se han realizado a través de los años. La constitución mexicana en su Artículo 41 define a los partidos políticos como: “entidades de Interés público” que tienen como objeto promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos hacer posible el acceso de estos al ejercicio del poder público mediante el sufragio universal, libre, directo y secreto.”

La política mexicana de todo el siglo pasado no puede explicarse sin hacer referencia a la creación del PRI como institución política, en ese sentido su fundación como Partido Nacional Revolucionario impulsado por el aún presidente Plutarco Elías Calles, se remonta a 1928 en medio de una crisis derivada en gran medida por el asesinato de Álvaro Obregón; el fin del partido fue la conglomeración de los líderes y caudillos de la revolución bajo una normativa institucional para convertir paulatinamente las confrontaciones armadas en negociación política e intercambio de ideas en un avance institucional. De esta manera, en su declaración

de principios se reconocía la tarea de una reconstrucción nacional, primordialmente, en la organización económica del país.

En los primeros años de vida del partido Elías Calles continuaba dirigiendo las principales decisiones para el país, respaldado con la base institucional que lo cobijaba; de acuerdo con su principio de acción y con la incorporación de la base popular de la sociedad, el funcionamiento era llevado a cabo bajo un gran esquema de disciplina partidaria. El liderazgo político de Lázaro Cárdenas, así como su posterior llegada a la presidencia, marca el fin del Maximato, apoyado en el poder institucional.

Siguiendo bajo la lógica corporativa para el control de la estructura, en 1938 el partido experimenta el primer cambio para convertirse en el Partido de la Revolución Mexicana, mismo que incorporó a las masas de trabajadores al Estado; la articulación de los sectores sociales de la población era notoria con el aglutinamiento de la Confederación Mexicana de Trabajadores, la Confederación Nacional Campesina y los diferentes trabajadores que conformaban la Confederación Nacional de Organizaciones Populares. El objetivo claro del partido fue la consolidación del gobierno democrático, a pesar de que gran parte de estos y de sus principios eran poco aplicables para el contexto nacional.

“El resultado más importante de la reestructuración del partido fue la organización de masas del Estado; que, a su vez, se reorganizó gracias a esa acción: ensancho su base de poder y amplió su nivel de legitimidad política. [...] El poder recaía en las organizaciones y el Estado ejercía el control pleno sobre estas, y así fue que se inició un largo proceso que, pese a sus riesgos autoritarios, se asoció de manera significativa con la estabilidad política del país” (Reyna, 2009, pág. 38).

En el ámbito nacional, provocado por factores externos se inicia la etapa de modernización industrial, el impacto que esta tuvo, trae consigo una nueva generación política; derivado también de la promulgación de la Ley Electoral, se

decide en 1946 modificar el nombre a Partido Revolucionario Institucional y que continua hasta la actualidad. El objetivo se enfocó en una nueva organización política debido a que los partidos opositores comenzaban a obtener relevancia, en los años posteriores logró conservar el poder, sin dejar de generar preocupación a diferentes segmentos en el interior.

El sexenio de Gustavo Díaz Ordaz marcado por el movimiento estudiantil de 1968 y la fuerte represión del aparato estatal provocó un amplio disenter en la población respecto al autoritarismo del partido, hecho que comenzó a incitar la politización de la población en búsqueda de un cambio social. Como medida para buscar legitimidad se inició la apertura democrática a la vez que se promovieron las reformas electorales, aunque estas no lograron mitigar la desconfianza generalizada ante el partido y el gobierno mismo que ya se veía golpeado por las crisis económicas. La etapa salinista, el levantamiento del ejército zapatista de liberación nacional así como el asesinato del candidato presidencial Luis Donaldo Colosio fueron puntos clave para el declive de la credibilidad y hegemonía del partido que culminó en el sexenio de Ernesto Zedillo; posterior a eso, le tomo doce años de reaprendizaje político al partido para volver a obtener la silla presidencial para que seis años más tarde lograr consolidarse como partido de oposición al régimen y entrar en una profunda etapa de reorganización institucional. Respecto a los objetivos de creación del partido José Luis Reyna comenta lo siguiente:

“El partido fue diseñado para ganar elecciones y para resolver conflictos entre grupos políticos. Para lograrlo restringió la participación política ciudadana y, dada su estructura piramidal, controló, de arriba abajo, los procesos políticos electorales. Pese a sus rasgos autoritarios, los presidentes que salieron de él tuvieron como sustento el voto popular, aunque en algunas elecciones este fue manipulado, pues con frecuencia se recurrió al fraude para lograr las victorias de sus candidatos” (Reyna, 2009, pág. 8).

El Partido Acción Nacional por su parte es pensado con influencia vasconcelista, sus fundadores Manuel Gómez Morín y Efraín Gonzales Luna lo visualizaron como el medio mediante el cual denunciaban los problemas del régimen que suscitaba en el país, tomando como ejes la cuestión del campo y la educación, así como una polarización de ideologías a nivel internacional. En 1939 es fundado el partido unificando primordialmente a profesionistas de la clase media mientras que, de esta manera, uno de los temas prioritarios fue el establecimiento de la doctrina.

“[...] puede considerarse que el eje de la propuesta doctrinaria panista era una concepción de “tercera vía”: una opción intermedia entre el totalitarismo estatista y el individualismo liberal [...] De este intento por una vía intermedia se derivan los tres primeros y más importantes principios de la doctrina panista, desde su fundación hasta la actualidad: *nación, persona* y una concepción particular de Estado” (Reynoso, 2009, pág. 19).

El bien común también es mencionado dentro de los principios de Doctrina. Los estatutos buscaron generar una importante estructura institucional a la cual el partido pudiera apagar una vez consolidada; la jerarquía ha cambiado los nombres sin modificar las disposiciones a la Asamblea General/Asamblea Nacional le corresponde el nivel más elevado, seguido de la Convención General Nacional, misma que regula las actividades al exterior del partido el Consejo Nacional el cual tiene el poder de elegir al Comité Directivo Nacional cuyo nombre cambió a Comité Ejecutivo Nacional y a los presidentes del partido.

En los primeros años de vida del partido, su actuación se centraba en adquirir el carácter opositor en el que se encontraba respecto al partido hegemónico, ocasionando un cierto nivel de exclusión, principalmente en las elecciones. Como consecuencia de ello, el partido aprueba el documento llamado *Principios de Doctrina*. Su proyección en 1965, año en que se actualiza la definición de principios, enfatizando en los derechos universales de las personas al margen de las transformaciones graduales palpables en la realidad política del país.

“En los años setenta se vivió una crisis de mayores dimensiones [...] tuvo gran impacto la ausencia de los fundadores y de un líder que los sustituyera. Pero quizás el eslabón más importante para comprenderla es el crecimiento del partido [...] Otra explicación podemos encontrarlas en la llamada “transición abortada” [...] y que, al no darse, afectó notablemente el ánimo del partido” (Reynoso, 2009, pág. 36).

Lo ya mencionado por Víctor Reynoso explica las causas del devenir de la crisis interna que provoca pérdida de curules al igual que la generación de una lucha por el poder interno cuyo resultado fue la afectación de las estructuras del partido; aferrados a la estructura institucional llegan nuevos dirigentes y militantes de sectores sociales que anteriormente no participaban en él y, por otra parte, el contexto social que provoca la reforma electoral de 1977 también resulta beneficioso para la superación de la crisis enfocada en la profesionalización al interior del partido para, posteriormente, dar paso a la obtención de gubernaturas hasta lograr en el 2000 el primer gobierno de alternancia en el poder ejecutivo desempeñando un poder compartido. Aunque como suele suceder en los partidos en los años posteriores a la obtención y pérdida del poder que lleva a una nueva reestructuración Acción Nacional atrajo liderazgos que buscaban obtener beneficios personales y que a raíz del periodo electoral 2018 ocasionaron una nueva y grave crisis interna.

### **3.3. Construcción de imagen política. Andrés Manuel López Obrador**

La carrera de Andrés Manuel López Obrador ha estado marcada por actividad política constante, ya sea en los cargos como servidor público o en las diferentes controversias en las que se ha visto involucrado, esto lo ha ubicado en una amplia exposición pública a través de los años. En 1977 estuvo al frente del Instituto Indigenista de Tabasco, en el mismo estado en 1983 es nombrado jefe del Partido Revolucionario Institucional, un año después, ocupa en el Distrito Federal la dirección de promoción social del Instituto Nacional del Consumidor; este pasado

ligado al partido hegemónico en años posteriores saldría a relucir en momentos claves de su vida política.

En 1988 es invitado a formar parte del Frente Democrático Nacional para contender como candidato de izquierda a la gubernatura de su estado, no gana la contienda pero continua en Tabasco con el recién fundado Partido de la Revolución Democrática, busca en este tiempo exponer irregularidades cometidas por el PRI; para 1994 se lanza nuevamente como candidato a la gubernatura, misma que es ganada por Roberto Madrazo, este momento histórico estuvo marcado por sus acusaciones de fraude electoral así como las protestas que realizó, como una caminata para llevar su reclamo a la ahora Ciudad de México. Estas acciones lo llevaron a adquirir gran popularidad y reconocimiento como político de izquierda, en su sitio oficial narra este episodio de la siguiente forma:

“Tras el fraude del partido oficial, que documenta ampliamente ante la Procuraduría General [...] encabeza en 1995 un segundo éxodo por la democracia, antecedido por una Proclama Nacional que plantea como ejes la defensa de la soberanía nacional, la democracia, el desarrollo económico con sentido social, impedir la privatización de PEMEX y *Primero comer y luego pagar*” (Redacción, 2011).

Con la popularidad obtenida en los anteriores años, de 1996 a 1999 se desempeña como presidente Nacional del PRD, debido a las constantes críticas que dirigía contra acciones emitidas por los gobiernos de ese entonces, comenzó a ser reconocido como luchador social. El periodo de reformas electorales le permitió obtener el registro como candidato a Jefe de Gobierno del Distrito Federal, ganó la elección para que en el año 2000 sucediera a Cuauhtémoc Cárdenas cuyo cargo fue ampliado para durar seis años, su rutina política y esquema de comunicación social que comenzaba a las 6 A.M. con conferencias diarias cuyo tema consta en convocar a todo tipo de prensa tanto nacional como extranjera, de tal modo que logró adquirir mucha notoriedad a nivel internacional.

“López Obrador llegó a gobernar la capital del país [...] enarbolando las banderas de anticorrupción, la austeridad y la urgencia de hacer política “desde abajo”, confrontado de principio con las políticas del panista Vicente Fox, que había ganado la Presidencia de la República” (Mongue, 2000, pág. 32).

Apoyado principalmente en otorgar ayuda social a grupos vulnerables, al igual que su política de austeridad republicana, su popularidad no dejaba de crecer, a pesar de que su gobierno se vio envuelto en diversas polémicas que lograba minimizar con un discurso emitido a nivel personal respecto a videos de corrupción en los que se exhibía a colaboradores. En una entrevista previa a su postulación como candidato presidencial en 2006 comentó lo siguiente:

“Fue un golpe muy fuerte, el más fuerte de mi carrera política porque pusieron en tela de juicio mi honestidad, y en política se debe cuidar la forma, no solo el modo. Fue tan fuerte que, a pesar de estar absolutamente seguro de mi inocencia, a los ojos de todo el mundo resultaba inverosímil mi explicación” (Monge, 2005, pág. 45).

Otro hecho que marcó su carrera política fue ocasionado por el expresidente Vicente Fox quien intentó desaforar en 2005 a López Obrador acusado de haber incumplido un ordenamiento judicial, la mediatización del tema y las acciones tomadas por el entonces jefe de gobierno, como la puesta a disposición del juez para comprobar su inocencia, le dieron exposición nacional como líder popular.

Se embarca con amplia aprobación ciudadana siendo abanderado del Partido de la Revolución Democrática, el Partido del Trabajo y el Partido Convergencia a la carrera presidencial de 2006, la estrategia de campaña fue dirigida cercana a la gente, pero en un enfoque demasiado personal que aunado al hecho de la campaña negra hecha en su contra encabezada por el spot político, un peligro para México, su ausencia en el debate presidencial y algunas declaraciones, afectaron

negativamente su imagen provocando miedo en la ciudadanía respecto a sus capacidades para liderar al país.

“Es ese Andrés Manuel López Obrador quien desde una campaña omnipresente y hasta ahora mimado por las encuestas, le grita al presidente Fox: “Cállese, ciudadano presidente, “Cállate, cha-cha-la-ca” (Díaz, 2006, pág. 50).

Después de culminar la jornada electoral, con menos de un punto porcentual de diferencia, el candidato panista Felipe Calderón Hinojosa es declarado ganador de la contienda. Este episodio histórico estuvo marcado por la impugnación de la elección ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, el desconocimiento de los resultados institucionales, la resistencia civil exigiendo la revisión de voto por voto y casilla por casilla, la toma pacífica de paseo de la reforma y su autoproclamación como presidente legítimo.

Sus anteriores acciones así como la alta exposición de los medios de comunicación dieron lugar a que padeciera una fuerte crisis de legitimidad, a pesar de eso, en los años posteriores continuó recorriendo el país con su nombrado Proyecto Alternativo de Nación, convocando mítines, exigiendo y criticando cuestiones de diversa índole respecto a las acciones políticas del Presidente en turno, de esta manera el 2 de octubre de 2011 encabezó la constitución formal del Movimiento Regeneración Nacional, Morena.

Contando con el apoyo popular, en 2012 se decide nuevamente lanzar a Andrés Manuel López Obrador como candidato presidencial de izquierda, con una estrategia de campaña completamente diferente a la enunciada en la pasada contienda, en donde el discurso conciliador, así como la insistencia en el tema del amor marcaron pauta en la nueva imagen del candidato.

“El 15 de octubre, cuando supo que era el candidato presidencial de la coalición conformada por PRD-PT-MC, expreso: “Vamos todos juntos,

sin odios ni rencores, a construir una República amorosa, con dimensión social y con grandeza espiritual.” Al día siguiente, repitió la sentencia en entrevista con Joaquín López Dóriga [...] Poco después la cúpula empresarial también expresó que el tabasqueño ya no era un peligro para México” (Vergara, Hacia la "República amorosa", 2011, pág. 60).

En este periodo de campaña la imagen del candidato fue en diversos sentidos mucho más propositiva, tuvo acercamientos y encuentros principalmente con sectores empresariales a los cuales no había contemplado en la campaña anterior. Pero a pesar de sus esfuerzos realizados a lo largo de la república mexicana, la estrategia del carismático candidato Enrique Peña Nieto dirigida principalmente a los sectores populares, apoyada en su totalidad por la estructura del Partido Revolucionario Institucional fue suficiente para ganar los comicios con una ventaja considerable en puntos porcentuales.

Los resultados de la elección presidencial no son aceptados por el excandidato, alegando nuevamente fraude electoral, reclamó el juego de guerra sucia en su contra y pidió nuevamente un recuento de los votos, pero a pesar del descontento provocado por los resultados y por la forma de operación en el día de la elección de parte de partidarios del candidato ganador, se declaró la validez de los resultados y es nombrado un nuevo presidente de la República Mexicana.

“En su libro *No decirle adiós a la esperanza* AMLO repasa la historia de México para demostrar que la cultura del fraude electoral está muy arraigada en los gobiernos que no respetan la voluntad popular. También hace un recuento de sus errores y omisiones en la contienda de 2012 y explica los motivos de su separación de los partidos y organizaciones de izquierda que lo postularon a la Presidencia.” (Vergara, 2012, pág. 67)

Después de dicho suceso Andrés Manuel inició la reconstrucción de su imagen, tomó la bandera de una revolución pacífica dejando claro que seguiría firme en su convicción en contra de lo que consideraba gobiernos fraudulentos y de la corrupción política existente en el país; bajo un esquema de participación más amplio que dio lugar a la creación de un nuevo partido político enarboló y promovió su principal objetivo: la transformación de México.

“[...]Obrador ya no tenía cabida dentro de las filas del 'sol azteca'. Una razón por la que decide abandonar el partido que había fundado años atrás, para dedicarse de lleno a la construcción del Movimiento de Regeneración Nacional, que a la postre se convertiría en un nuevo partido: Morena” (Borbolla, 2018).

### **3.4. El Movimiento de Regeneración Nacional**

El Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) surge inicialmente como una protesta organizada, un movimiento social encabezado por Andrés Manuel López Obrador, reconocido líder de izquierda, y con base en el descontento del resultado en la elección federal de 2006, al igual que de los diferentes sucesos realizados en torno al desconocimiento de este resultado; de esta manera además de formar una base social para futuras acciones políticas, el primer objetivo reconocible fue encauzar el movimiento político hacia las elecciones presidenciales de 2012 contando con una base de apoyo única para el candidato.

Las luchas derivadas del proceso electoral de 2006 fueron un elemento que en los años siguientes ayudo a reconstruir el movimiento, al impulsar lo que el dirigente de esta denominó su Proyecto Alternativo de Nación. Siguiendo el rumbo legal esperado en el año 2011 Morena obtuvo formalmente registro como asociación civil, aunque en los hechos continuaba como movimiento social, buscando la transformación de la vida pública del país. La conformación de la estructura siempre fue amplia, a partir de su constitución se buscó formalizarla conglomerando diferentes estratos sociales y culturales, además de la inclusión en el consejo

consultivo y el comité ejecutivo, a personajes destacados y especialistas en múltiples áreas se agregaron otros grupos:

- Morena Jóvenes y Estudiantes
- Morena Cultura
- Morena Laboral
- Morena Verde
- Morena Internacional (Meza, 2014)

Con la anterior conformación civil como fuerza de apoyo propia, resultó natural la posibilidad de negociar una candidatura a la presidencia con los partidos denominados de izquierda en el país; de esta manera es presentado como abanderado del Movimiento Progresista para el proceso electoral 2021 conformado por el Partido de la Revolución Democrática, Partido del Trabajo y Movimiento Ciudadano, diferentes asociaciones civiles incluida Morena fueron también parte de la coalición; como parte del acuerdo de coalición, gente perteneciente a Morena fue incluida en el listado de candidaturas comunes así como en el listado independiente de los partidos para las candidaturas plurinominales. El resultado no resulta favorecedor para la izquierda mexicana, motivo principal para que comenzara una disyuntiva misma que resulta positiva dentro del Movimiento de Regeneración Nacional, acerca de la necesidad de transformación la constituida asociación civil, ahora en un partido político.

Con la celebración del Congreso Nacional de Morena el 20 de noviembre de 2012, se conformaron y se aceptaron los estatutos y plan de acción del organismo, los delegados estatales de las entidades del país completaron el nombramiento de 300 consejeros que formarían parte del Consejo Nacional de Morena; mismos que votaron a Martí Batres Guadarrama como presidente del Comité Ejecutivo Nacional y a Andrés Manuel López Obrador como Presidente del Consejo Nacional. El camino de conversión a un partido político llevó a formalizar su salida del Partido de la Revolución Democrática, a pesar de que esta transformación no significó la

ruptura con los partidos que integraron su coalición en sus segundas elecciones presidenciales, si configuró un distanciamiento político de los partidos de izquierda.

“La expectativa de desarrollo y crecimiento de Morena no se centraría en el electorado duro de la izquierda, sino en la capacidad para traer nuevos simpatizantes del centro ideológico, de las clases medias urbanas, de los jóvenes y de los empresarios que realmente buscan un cambio en la política económica, siendo estos los sectores donde López Obrador registro un crecimiento importante en la elección presidencial de 2012” (Meza, 2014, pág. 91).

Durante el periodo de configuración como partido, posterior a la aprobación de la declaración de principios, programa y estatutos, se siguió una lógica de cooperación y recaudación para poder financiarse hasta poder acceder a al financiamiento público; de esta manera también se organizaron asambleas estatales a lo largo del país encabezadas Andrés Manuel López Obrador, cuyo liderazgo político resultaba indiscutiblemente el cimiento del movimiento y futuro partido.

“El presidente del Consejo Nacional de MORENA, Andrés Manuel López Obrador, ha expresado que la formación de un partido nuevo es una necesidad de carácter urgente porque los partidos de izquierda han demostrado no serlo realmente, pues se han aliado con los partidos de derecha, han votado en favor de las reformas estructurales que modifican la constitución, han atentado contra las conquistas sociales del pasado y se cuadran frente a proyectos del oficialismo que son rechazados por la militancia izquierdista, como el Pacto por México” (Martínez, 2014, pág. 214).

Entendiendo su liderazgo en esta fase de gestación del partido por su capacidad de elaboración de las bases ideológicas, aglutinamiento de diferentes sectores sociales que apoyan el movimiento, coordinación de los mismos, diseño del programa y la construcción de la organización con una base social clara (Panebianco, 1995).

“Morena surge como una institucionalización interna débil al depender de un líder carismático [...] se encuentra a merced del liderazgo personalizado de López Obrador, pues prevalece más la postura del líder que el propio partido, ya que su autoridad se basa en el reconocimiento que le dan los miembros de su comunidad tanto a su rol de dirigente como a su persona, siendo esto lo que legitima su posición. Morena es una organización con un líder carismático” (Meza, 2014, pág. 74).

El liderazgo político resulta un elemento fundamental además de definitorio para la formación de cualquier partido político, el liderazgo carismático mencionado, Weber lo define como un elemento propio de los partidos políticos en proceso de formación, el contexto social que en este caso quedo remarcado por crisis de legitimidad en las instituciones de gobierno, así como en los partidos políticos también resulta uno de los componentes favorecedores para el proceso de conformación de Morena.

“El 26 de enero de 2014, MORENA certifica su Asamblea Nacional Constitutiva ante el Instituto Federal Electoral, cumpliendo con los requisitos que la ley le exige para conformarse en partido político nacional. En esos mismos días, hace la solicitud formal ante el IFE para constituirse en partido político [...] Finalmente el 9 de julio de 2014, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral aprobó por unanimidad el registro de MORENA como partido político.” (Martínez, 2014)

El surgimiento del Movimiento de Regeneración Nacional como partido se da en un contexto de una crisis de legitimidad de las instituciones, indignación y hartazgo social dentro del territorio mexicano, en donde el líder del partido representa una opción darle sentido a estas expresiones sociales mediante una vía legal y estructurada, esto logrado con el significativo apoyo de una buena parte de la población que a través de sus anteriores años de vida política se ha mantenido firme en el apoyo de sus convicciones, apoyo manifestado en las dos justas electorales en las que fue participe; es así que Morena surge como partido que

redefine a la izquierda mexicana, rescatando como mayor convicción que sólo el pueblo puede salvar al pueblo y que sólo el pueblo organizado puede salvar a la nación.

“[...] el esfuerzo de organizar a la sociedad con y sin partido y hasta de varios partidos es algo que no había ocurrido en México desde hace muchos años. Intentos los ha habido, desde luego, pero no funcionaron bien o se fueron desdibujando con el tiempo hasta desaparecer.”  
(Araujo, 2011)

Resulta reconocible el poder de convocatoria social logrado por Morena y su primordial dirigente, mismo que se vio reflejado en 2015 al enfrentar su primera contienda electoral como partido, en donde obtuvo más de treinta diputados federales, posiciones en congresos estatales y alcaldías en seis estados, sin mencionar el amplio número de escaños obtenido en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal así como el triunfo en cinco delegaciones de la Ciudad de México, bastión para la izquierda mexicana sostenido a lo largo de seis legislaturas por el Partido de la Revolución Democrática. (Ortuño & Ureste, 2015) En el año 2016 el proyecto queda más que consolidado rumbo a las elecciones presidenciales de 2018.

“El dirigente de Morena Andrés Manuel López Obrador, festejó que en un año – de 2015 a 2016- su partido creció 700 mil votos, y recordó que ahora “tenemos una nueva cita con la historia en 2018” (El Universal , 2016).

Con los aspectos sustanciales definatorios de los partidos políticos expuestos en este capítulo, se destaca considerar a los mismos como un aspecto central de la democracia moderna por las funciones sociales tanto como políticas que se significan en ella. En el caso mexicano, en específico, se expusieron como los ejes rectores para la construcción del sistema político electoral y a lo largo de una descripción de las acciones históricas llevadas a cabo para lograr la obtención al

igual que el mantenimiento del poder político expresado en el aparato estatal primordialmente por el Partido Revolucionario Institucional, se enmarca el hecho de que sin un marco institucional sólido con regulaciones jurídicas adecuadas es posible desviar las practicas públicas para favorecer intereses diferentes a los de una sociedad en camino a la consolidación democrática.

“Es una verdad indiscutible que los partidos políticos son imprescindibles para el funcionamiento armónico de los sistemas políticos y electorales contemporáneos debido a una variedad de razones técnicas propias de la operatividad de los sistemas representativos constitucionales [...] Ahora bien, por otro lado, no obstante esta necesidad ineludible, debemos resaltar que la existencia y la consolidación de una "partidocracia desbocada" es una patología política que también debe ser evitada, so pena de dejar en las manos irresponsables de algunas de las élites dirigentes de los partidos políticos el destino de la nación[...]" (Sánchez F. J., 2019, pág. 77).

En síntesis, consideramos que se cumple el objetivo dentro del capítulo, al destacar la necesidad de una época de reformas en el país, así como el surgimiento de un nuevo liderazgo político con la fuerza suficiente para aglomerar a una masa social de diferentes sectores de la sociedad en un partido político con el objetivo y la posibilidad de modificar, de acuerdo a su perspectiva, la vida política del Estado Mexicano.

## **Capítulo IV. El proceso de comunicación política durante la campaña de AMLO en la Ciudad de México de 2017-2018.**

Cada proceso electoral a lo largo de la historia representa la oportunidad de dar un paso más en el camino de la consolidación democrática del país, adquiere mayor relevancia cuando se habla de la renovación del poder ejecutivo con la posible entrada de un representante de izquierda al mando del mismo, de ahí la importancia histórica de las elecciones aunadas a la responsabilidad que implica la transmisión de los mensajes emitidos por los candidatos en el proceso de comunicación política dentro de la campaña electoral.

Se ha explicado en las páginas anteriores cuál es el mecanismo y la dinámica de la comunicación a nivel de lo político, de esta manera el objetivo primordial del capítulo se centra en analizar en el proceso electoral del 2018 en México la manera en que la estrategia comunicativa de Andrés Manuel López Obrador se apropió de ciertos niveles de la realidad social para hacer de ellos el estandarte que propició su victoria inminente. Ejemplificando de esta manera con la realidad mexicana dentro de la contienda electoral de 2018

### **4.1. Geografía electoral de la Ciudad de México**

La aparición de la geografía electoral se remonta a Francia, nace como una subdisciplina a raíz de una fusión de ciencias, la sociología y la ciencia política. Los pioneros de este tema en el país, quienes analizaron desde distintos enfoques el comportamiento electoral a la luz de la geografía en México son Gustavo Emmerich y Guadalupe Pacheco.

“El objetivo de la G. E. se expresa en dos intenciones: una relativa al fortalecimiento y modernización del sistema electoral y por tanto de alcance administrativo y otra relacionada con la información cruzada, tanto para el elector como para los agentes electorales, orientándolos en la ubicación geográfica de las localidades, su forma de acceso, concentración o dispersión poblacional, tipo de comunicaciones,

transporte, tipo y estado de conservación caminera, distancias, paso de ríos, profundidad, factores ambientales (temperatura, humedad), registro de servicios asistenciales y de los no personales y de modo contingente ubicación de asientos y centros de votación. (Corte IDH, 2019, pág. 1)”

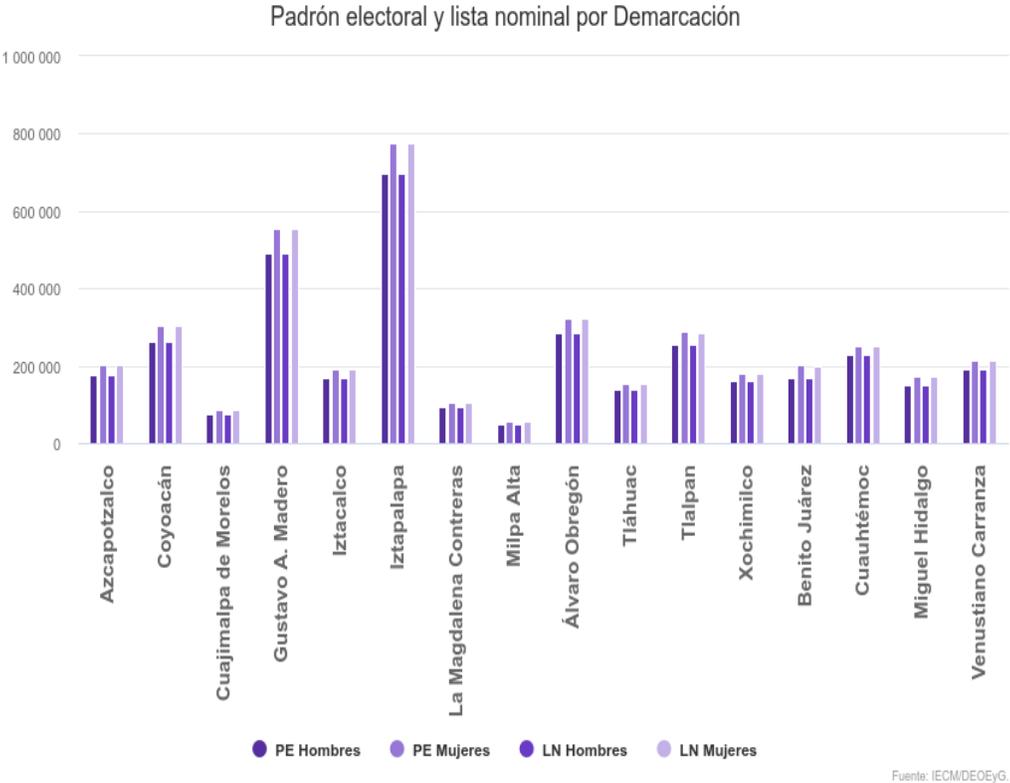
La geografía electoral, a diferencia de muchas teorías sociales y políticas, es innovadora y multidisciplinaria, ya que involucra diversos campos de análisis para intentar explicar la causalidad de un fenómeno (Balderas Zavala, 2012), mismos que veremos ejemplificados en la Ciudad de México durante el más reciente ejercicio electoral.

La Ciudad de México ha sido, desde la administración como jefe de Gobierno de Andrés Manuel López Obrador, el punto de arranque más importante en la elección de cargos locales, federales y, por supuesto, del ejecutivo federal, no solo por lo que implica a nivel cuantitativo en lo que concierne al número de votantes sino también en términos cualitativos en lo que respecta a cómo se habrán de gestar las campañas electorales en términos ideológicos o de interés político. De igual manera la CDMX se ha caracterizado

La Ciudad de México caracterizada por la centralidad económica, política, cultural e institucional es, al mismo tiempo, un espacio plural conformado por demarcaciones geográficas que cobijan a sectores definidos de la población. Con 16 demarcaciones y una lista nominal de 7, 549, 599 (Instituto Electoral Ciudad de México, 2019) el número de sufragios emitidos por los habitantes de la misma hace de ella la piedra de toque que logra incidir mayoritariamente en el resultado de las contiendas electorales federales.

La gráfica que se presenta a continuación muestra tanto el Padrón electoral como la Lista Nominal por Demarcación dividido por género. Se puede observar en ella que la demarcación Iztapalapa es la que goza de un mayor número de hombres y mujeres tanto en el padrón electoral como en la lista nominal. Lo anterior es útil en

razón de que gracias a dicha tabulación la estrategia política de un candidato puede tomar un rumbo específico y definido.



Fuente: Elaborados por la DEOEyG con base en la lista nominal proporcionada por la DERFE del INE, con fecha de corte al 15 de abril de 2018 (incluye a las ciudadanas y los ciudadanos que recogieron su credencial para votar hasta el 30 de abril), así como en los resultados de la votación emitida en la elección de la jefatura de gobierno.

Fuente: Elaborado por el IECM con base en la lista nominal proporcionada por el INE

“Necesitamos consolidar un sistema electoral modelo, constantemente perfeccionado y a prueba de intervenciones indebidas, que logre garantizar los principios constitucionales de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad. La importancia de lo anterior radica en que la delimitación del espacio geográfico asociado a la representación política es la base organizativa de los modernos procesos electorales (Cisneros, 2013).”

A continuación, se muestran los datos históricos de la participación ciudadana desde el año 2000 con el objetivo de ejemplificar que el año 2018 fue el que implicó

la mayor participación ciudadana con un porcentaje del 70.44% del total de quienes se encuentran en la lista nominal. Lo anterior es relevante en cuanto que no sólo es notorio el crecimiento de quienes deciden participar en los ejercicios democráticos, también porque a mi parecer fue precisamente la identificación oportuna de esa tendencia lo que propició que AMLO lograra captar la atención de todos aquellos ciudadanos que en contiendas anteriores habían perdido el interés, tal y como es posible observar que sucedió en el año 2015 y en el 2006.

### COMPARATIVO HISTÓRICO DE ELECCIONES

AÑO	PADRÓN ELECTORAL	LISTA NOMINAL	VOTOS NULOS
▪ 2000	6,351,468	6,256,698	77,896
▪ 2003	6,781,186	6,712,664	103,907
▪ 2006	7,146,017	7,099,956	68,543
▪ 2009	7,348,290	7,320,170	287,994
▪ 2012	7,679,881	7,216,860	87,847
▪ 2015	7,532,734	7,225,733	196,697
▪ 2018	7,651,238	7,628,256	125,821



AÑO	VOTACIÓN TOTAL	PARTICIPACIÓN
▪ 2000	4,371,498	69.86%
▪ 2003	2,930,763	43.66%
▪ 2006	4,774,099	67.24%
▪ 2009	3,038,861	41.51%
▪ 2012	4,768,926	65.98%
▪ 2015	3,189,996	44.15%
▪ 2018	5,393,551	70.44%



CON PARTICIPACIÓN  
TODO FUNCIONA

Fuente: Instituto Electoral de la Ciudad de México

“En una visión histórica o vertical, podemos ver que la naturaleza electoral ha cambiado del voto privilegiado al voto universal, pero en enfoque horizontal del espacio social podemos encontrar una diferente aplicación de los principios [...] Estas reflexiones son las que conducen a ver el sistema electoral no como un instrumento administrativo con aplicación religiosa de la estadística, porque si bien la eficiencia administrativa puede estar garantizada por la transparencia de los actos, el desafío no está en la eficiencia del sistema electoral sino en los resultados del cambio, que pueden ser percibidos por los agentes electorales. (Corte IDH, 2019, pág. 2)”

#### **4.2. Objetivos y estrategia de la campaña política**

El elemento fundamental de las campañas políticas es la estructuración de las estrategias que dirigirán toda la comunicación de los candidatos durante el periodo establecido, contenido que se reproducirá en los diferentes spots, comunicados, presentaciones, debates y discursos. De ahí que sea un elemento definitorio del éxito de la campaña.

“[...]se construyen para alcanzar los objetivos que la fuerza política en cuestión se plantea. Lo primero, entonces, que debe definirse con claridad al diseñar una estrategia son los objetivos que se persiguen. Después de explicitar los objetivos de la campaña, deberá decidirse hacia quiénes se orientarán preferentemente el esfuerzo de comunicación. Se seleccionarán blancos prioritarios de la campaña o targets, según los objetivos y las características del partido o candidato, y según las peculiaridades del electorado. Por último, deberá decidirse sobre qué “terreno”, que “tono” y qué temas principales se articulará la campaña” (Bonino, 1999, pág. 14)

El contexto sociopolítico mexicano del año 2018 se puede caracterizar como la punta de lanza de un largo y sinuoso camino de descontento ciudadano, de hartazgo

por la constatable inoperancia de los gobiernos encabezados por el PRI y de una desilusión generalizada por la denominada incipiente democracia que parecía opacar toda posibilidad de un cambio de régimen efectivo.

Es preciso hacer notar también que la victoria de AMLO se construyó con una narrativa que se gesta años atrás cuando fue Jefe de Gobierno del entonces Distrito Federal y contendió en el 2006 y 2009 por la presidencia de México contra Felipe Calderón y Enrique Peña Nieto respectivamente. Contrario a lo que se podía esperar, la estrategia política de los contendientes en cuestión basó su eje de acción en la descalificación de Andrés Manuel López Obrador y de su proyecto nacional; no obstante, fue precisamente esa estrategia de denostación la que sirvió de principio a la campaña electoral del 2018. La manera en que se definió a AMLO como “peligro para México” surtió sus efectos en el 2006 y 2012 cuando el poder se ejercía al margen del desconocimiento y la falta de participación ciudadana a nivel nacional; ese peligro artificial devino entonces en la división de los grupos de poder en dos, a saber, los autodenominados salvaguardas del interés nacional y la amenaza para el país representada por AMLO.

Fue a partir de esa campaña que el estandarte principal de la estrategia del candidato en cuestión cifró su principio primordial, a saber, hacer evidente la diferencia, objetivarla y ejecutarla en el espacio político, pero aún más en el social. La definición del “peligro para México” se revirtió y se hubo de definir estratégicamente ahora como “la mafia del poder.” Grupo sin caras o nombres precisos y, sin embargo, existente al cobijo de la estructura tanto política como institucional e histórica del México moderno y gracias al cual tanto la corrupción como la desigualdad crecieron sin reparo a expensas de una brisa constante afanada por el control económico y el beneficio privado.

Fue entonces que, aunado a lo anteriormente dicho, se declaró la confrontación de los intereses empresariales y de las familias en el poder al bienestar colectivo o de la mayoría. Por otro lado, en lo que respecta a la clase media y cuyos intereses no habían sido representados por AMLO en las contiendas electorales anteriores, fue

la ampliación del espectro del candidato el que motivó a que una parte representativa de ese grupo social pudiera identificarse con él. Desde luego que en lo que concierne a este grupo, no podemos decir que fue la experiencia de la desigualdad o la del olvido lo que hizo eco en ellos; antes bien, podemos afirmar que Andrés Manuel en su campaña logró potencializar el descontento moral y la sensación de deslealtad ocasionada por los gobiernos del PAN, mientras que, simultáneamente, hizo de dicho sentimiento particular, otro con pretensiones universales en cuyo centro se encontraba la demanda de igualdad para todos, libertad y transparencia. Meses antes de la elección múltiples medios realizaron opiniones y reflexiones respecto a la magnitud de lo que el tema significa en el contexto mexicano actual.

“A partir del siglo XXI, las acciones y estrategias para hacer política han cambiado, más allá del potencial que tienen los medios de comunicación. En este momento, las tecnologías digitales para la comunicación y las redes sociales conllevan la ventaja de ser accesibles y de bajo costo, con excepción de aquellos lugares donde se hace evidente la llamada brecha digital. Sin embargo, a pesar de que cada candidato imprimirá su sello personal y diseñará estrategias particulares para resaltar sus ventajas y virtudes, así como reducir sus defectos y vulnerabilidades, uno de los grandes retos será cautivar a un cuerpo de electores que no se presentará a emitir su voto el día de las elecciones debido a factores como el ausentismo y abstencionismo, derivados de la falta de interés por las cuestiones políticas, la carencia de propuestas o el conformismo. (Salazar, 2018, págs. 18-21)”

#### **4.3. El proceso de comunicación política de AMLO**

De acuerdo con lo anterior, es fácilmente comprensible saber por qué Andrés Manuel dejó de marcar la diferencia socioeconómica entre los grupos menos favorecidos y la clase media, sin dejar de dibujar una línea definida entre él y la

clase beneficiada de los gobiernos anteriores. La juventud a la que se evocó en la campaña era aquella preocupada por la educación y el interés social, moderna y tolerante en lo que respecta a temas como la homosexualidad. Del mismo modo, podemos decir que es la heredera de la conciencia histórica del pasado inmediato y de movimientos de protesta cifrados, la mayoría de ellos, en el año 68. En ese sentido, muchos de los mensajes de su campaña se orientaron a hacer saber que la tolerancia y el respeto por los grupos olvidados o violentados habrían de ser uno de los principios básicos de su gobierno.

Otro de los puntos a recalcar tiene que ver con la postulación del bienestar común y la conceptualización de la idea de pueblo, en una especie de epifanía, el colectivo al que ningún otro gobierno había apelado, AMLO lo caracterizó como bueno y trabajador, como consciente y reflexivo; con ello los ciudadanos interiorizaron dicha idea y se sintieron partícipes de la misma. El estatus de ese pueblo no era en donde prevaleció la irresponsabilidad y la ilegalidad sino al contrario, el colectivo que se compromete y se hace responsable de su propio acontecer, por esta razón el denominado pueblo se definió por contraposición a la denominada mafia del poder, paradigma de la inmovilidad, de la intolerancia y del estatus quo. Ahora bien, en ese contexto podríamos decir que la campaña electoral de Andrés Manuel se cifró en tres ejes principales, a saber:

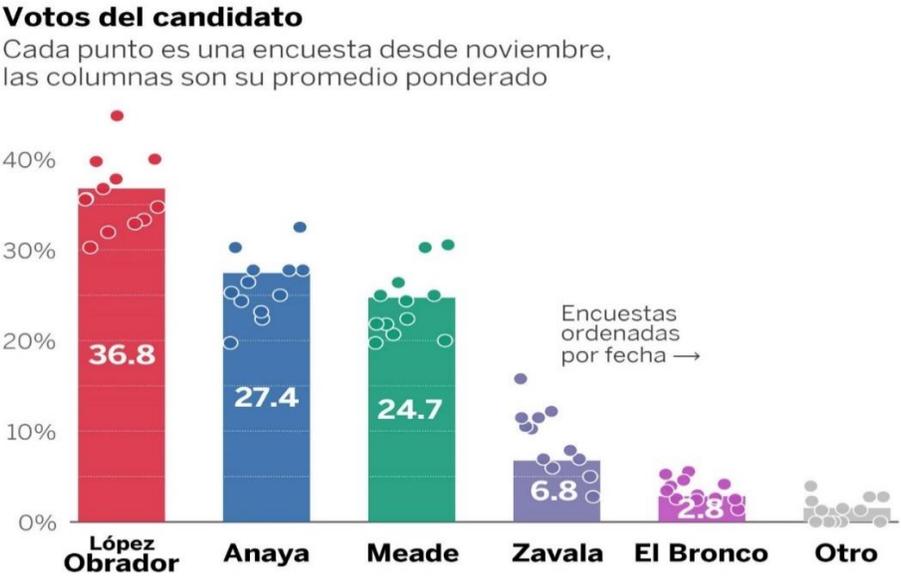
- I. El desplazamiento del grupo en el poder combatiendo la corrupción;
- II. La búsqueda del bienestar común priorizando a los grupos menos favorecidos
- III. Gobernar para todos los ciudadanos sin beneficiar a un grupo privilegiado, político o empresarial.

Ese fue el estandarte al que se le adhirieron matices cuyo objetivo era tener mayor impacto en los votantes que no tuvieran decidido aún su voto. A este respecto parece importante hacer notar que, para Michel Foucault, el espacio de la política es el lugar de la confrontación de las enunciaciones y de cómo éstas se vuelven efectivas en el ejercicio de poder.

De tal modo, el Movimiento de Regeneración Nacional unido para conformar la coalición Juntos Haremos Historia, cobijó a gran parte de la población que se identificaba con alguno de los ejes que mencionamos arriba y que constituyeron el imaginario político al margen de ciertas enunciaciones simbólicas expresadas por el candidato en cuestión.

La campaña de Andrés Manuel López Obrador tuvo dos aspectos dispares y casi contradictorios, la de ser abierta en cuanto a que no se oponía a la aceptación de todo aquel que deseara adherirse, pero lo suficientemente cerrada para tener bien definido su eje de acción con respecto a los que no podrían pertenecer a él.

Como es posible observar, la campaña de AMLO fue el resultado de un largo proceso de apropiación de inconformidad y de demanda ciudadana que se situó desde el primer momento en el nivel de las más importantes transformaciones nacionales y, pretendidamente, equiparable a la Independencia o la Revolución. De ahí que no sea sorprendente cómo llegó al poder y con qué niveles de aceptación social. En días posteriores a la elección el periódico El País publicó otra encuesta en cuyos resultados se refleja una diferencia sustancial en comparación con la preferencia de los votantes en años precedentes.



Fuente: Diario El País 3 de junio del 2018

Se hace notar que, por lo menos en lo que reflejan las gráficas, la competencia por la silla presidencial se jugó entre dos partidos evidentemente diferentes, el de la izquierda representado por AMLO y el conservador, representado por Ricardo Anaya. Ninguno de los contendientes pudo cifrar un mensaje realmente claro que pudiera siquiera poner en entredicho la victoria del candidato de MORENA, puesto que fueron ellos los que intentaron fallidamente repetir sin matizar sus campañas de desprestigio del 2006 y 2012.

Se recalca por otro lado, que, gran parte de la estrategia obradorista decidió abandonar las anchas y concurridas avenidas de los medios de comunicación oficiales dejando de lado los spots sensacionalistas para centrar su atención en medios alternativos de comunicación como Facebook o Twitter. Lo que parece más interesante aún para recalcar es la manera cómo, desde el pedestal de la campaña, AMLO invitaba e incitaba a sus seguidores a informarse en tales medios con el fin de interrumpir la cadena publicitaria oficial emitida por las televisoras más importantes de México, Televisa y TV Azteca, mismas que consideraba contrarias a él en años anteriores. En ese mismo contexto, y a pesar de que los otros contendientes tenían su propio proyecto promocional, el de Andrés Manuel hizo las veces de una trinchera virtual que esperaba el momento oportuno para contra restar cualquier ataque mediático.

Entre las burlas de internet y las *fake news* que intentaban ligarlo, de alguna forma, a los grupos que él mismo criticaba o hasta la propagación de un posible complot ruso, el mecanismo mediático de AMLO fue dejar que dichas conspiraciones ilusorias describieran la naturaleza inverosímil de los contrincantes y, por lo tanto, cerrarles la oportunidad de ser votados en cuanto se volvían los mensajeros y defensores de información falsa.

De ese modo, podemos concluir que la estrategia de Andrés Manuel superó en mucho cualquier otra, por haber logrado de cada uno de los ataques mediáticos que se le lanzaron el arma perfecta para la consecución de sus fines. Una estrategia atrincherada, pero eficaz en cuanto que los efectos de esta campaña dentro de la

ciudadanía exalto el principio motor de una exigencia interiorizada, ya en el contexto socio- económico surgió una nueva denominación para los grupos con intereses distintos, los denominados fifís

“[...] Si pasadas las elecciones nos encontramos divididos, con resentimientos y visiones excluyentes, todos perderemos. En contraste, si luego de conocer los resultados tenemos la certeza de que, por una parte, las mayorías ganadoras han actuado limpia y maduramente durante el proceso y la jornada electoral, y por otra parte, de que conducirán al país con absoluto respeto a las minorías, todos nos sentiremos incluidos y con espacios de participación. De ahí la importancia de que vivamos campañas limpias, ajenas a la promoción de rencores, y orientadas al coincidente proyecto de país del que todos somos parte esencial. Aunque estas elecciones están lejos de darse en estos términos de madurez y responsabilidad política, es lo que los ciudadanos debemos exigir” (Farah, 2018).

#### **4.4. Las elecciones federales de 2018**

En el espacio de la política toda enunciación puede ser la declaratoria de un camino a seguir, a confrontar o a destruir. A este respecto hay que decir que tanto los tres contendientes presidenciales como el mandatario Trump y posteriormente el funcionario Lorenzo Córdoba del INE y Enrique Peña Nieto articularon el día de la elección mensajes oficiales que legitimaron la llegada de AMLO al poder.

“Según el consejero presidente del Instituto Nacional Electoral (INE), Lorenzo Córdoba Vianello, las elecciones de este domingo fueron ejemplares y se evidenció una “auténtica fiesta democrática”. El candidato ganador, reconoció el “comportamiento respetuoso” del presidente Enrique Peña Nieto en esta jornada: “Muy diferente al trato que nos dieron los pasados titulares del Poder Ejecutivo”, dijo López Obrador en su discurso de victoria. “Fue ejemplar la pluralidad y el

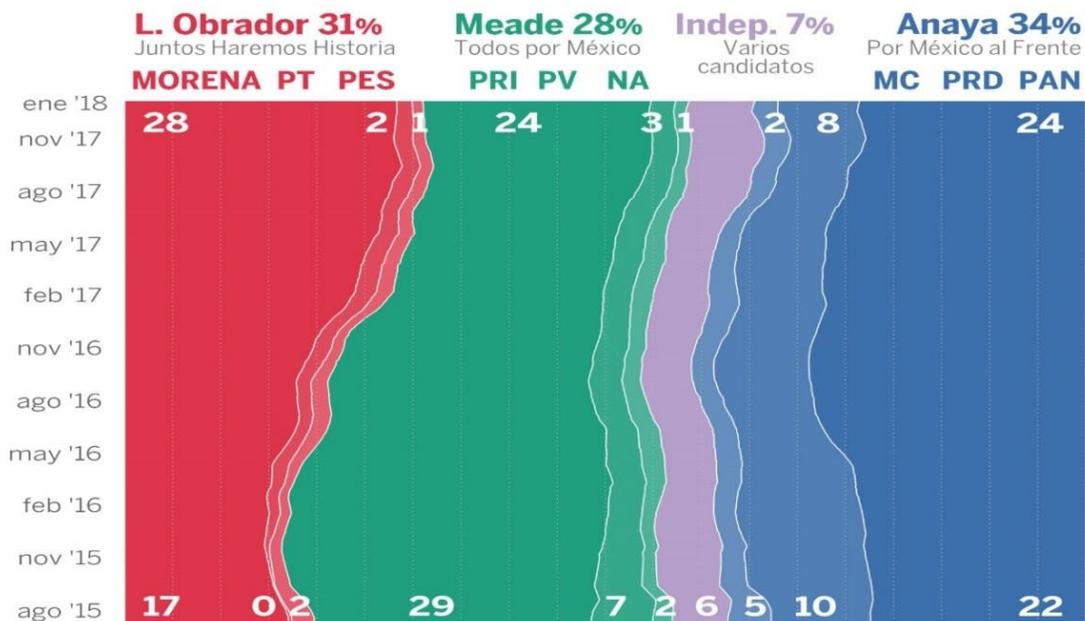
profesionalismo de la prensa, la radio y la televisión. Los medios de información no fueron, como en otras ocasiones, correas de transmisión para la guerra sucia. También mi gratitud a las benditas redes sociales”, añadió AMLO” (CNN, 2018).

“Las elecciones generales de México, a las que estaban llamados a votar 89 millones de electores, fue calificada como exitosa por el Instituto Nacional Electoral y sus resultados podrían reformar la política en este país.” (CNN, 2018)

“Entre los candidatos presidenciales, nadie se le compara a la hora de descifrar el ánimo de la gente. Andrés Manuel López Obrador adquirió esa cualidad en los pantanos del sureste mexicano. [...] Estar con la gente, más que del lado de las burocracias partidistas o las élites en el servicio público, le permitió desarrollar una intuición que sus cercanos le admiran, pero que sus compañeros en las lides partidistas consideran como una de sus más grandes debilidades. (Aguirre, El Economista)”

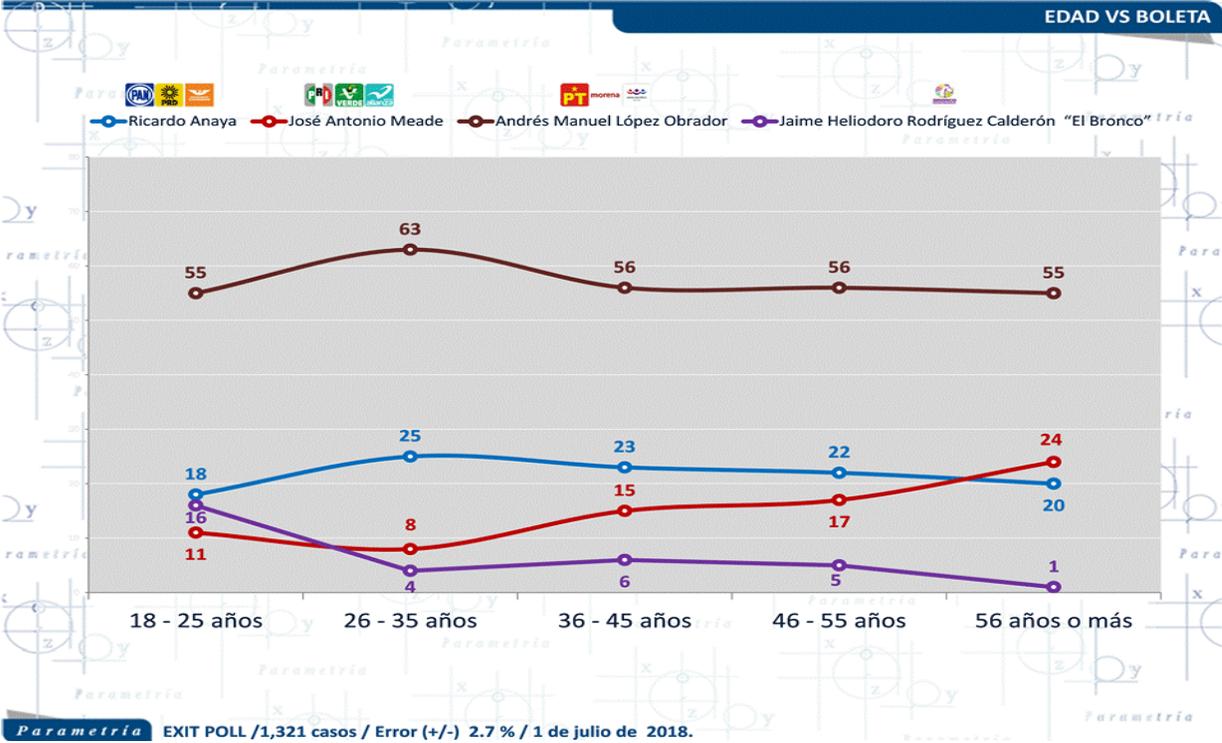
### Por qué partido votarían

Promedio de distintas encuestas

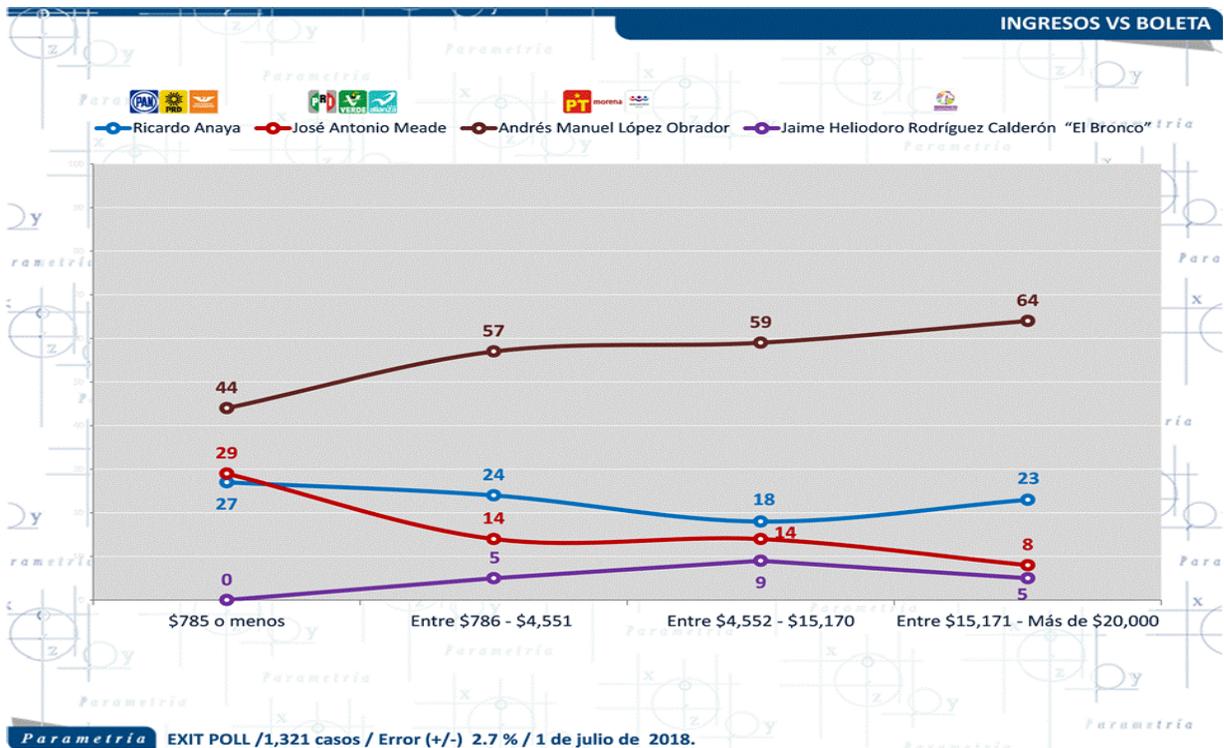


Fuente: Diario El País 8 de febrero del 2018

Es interesante observar la gráfica de El País publicó el 8 de febrero del 2018 que muestra el desarrollo de las tendencias electorales desde agosto del 2015 y en la cual se puede notar un crecimiento constante de la preferencia de los votantes desde esa fecha por Andrés Manuel. Ejemplo que permite ver el influjo de un discurso articulado audazmente desde los años precedentes. Las gráficas de la encuestadora Parametría obtenidas el día de la elección, muestran que quienes votaron por dicho candidato fueron en su mayoría jóvenes de entre 26 y 35 años, pero también ciudadanos que no perciben los ingresos mínimos.



Fuente: Parametría 1 julio 2018



Fuente: Parametría 1 julio 2018

La primera de las enunciaciones que dio lugar a la esfera de la victoria fue la del mandatario D. Trump que, sin ánimo de exagerar, parecía avalar no solamente la contienda electoral sino también a Andrés Manuel López Obrador a quien se le felicitó a través de Twitter. Ahora bien, la importancia de dicha publicación radica en que desde el exterior se admite a la vista del mundo al nuevo gobierno y se comienza a configurar una forma nueva de relación bilateral aún antes de que aquél comience oficialmente. El mensaje emitido por Trump es así la puerta sin retorno y de despedida del gobierno saliente.

Los mensajes de Enrique Peña Nieto y Lorenzo Córdoba podemos situarlos en un mismo nivel. Por un lado, el gobierno de Peña Nieto falto de credibilidad y de aceptación no tuvo otra opción más que asumir el costo de las decisiones de su administración, mientras que el INE, institución desgastada y corroída por su manera de dirigirse en otras campañas, parecía buscar la reivindicación a los ojos de todos.

En lo que respecta a los otros candidatos es preciso hacer una reflexión importante en torno a que fue José Antonio Meade quien admitió que era López Obrador el candidato por el que la tendencia electoral se inclinaba de manera indudable. Lo relevante del mensaje de J. Meade se cifra en el alcance a nivel de un imaginario colectivo que cifraba su sentir, a lo largo de la contienda electoral, entre la esperanza y el hartazgo. El anuncio de Meade confirma la incredulidad política generada por los gobiernos del PRI, pero al mismo tiempo, es el reflejo de un resquebrajamiento histórico del partido en el poder y de grupos generalmente privilegiados. Por otro lado, hemos de considerar que dicho rompimiento es el sinónimo de un desalojo político, histórico y social. De ahí que, a nivel del espacio comunicativo, el mensaje de Meade quizás sea el de mayor incidencia mediática de los últimos años.

Ricardo Anaya con quien AMLO compitió a lo largo de toda la contienda electoral emitió un mensaje en el que se pudo vislumbrar aún con mayor detenimiento la pérdida de la elección. Los dos partidos más poderosos de la historia reciente de México fueron desplazados por primera vez en muchos años y, con tales declaraciones, se daba pauta a un tiempo sin retorno ni repetición. No por la aún desconocida forma de gobernar de AMLO sino por abrir la posibilidad de que la clase política perdiera fuerza e incidencia como nunca.

De ese modo, se puede decir sin menoscabo que, en el nivel de las enunciaciones, los candidatos y el grupo de instituciones al que se encontraban sujetos y representaban lograron configurar una forma nueva de concebir el ejercicio político que habrá de responder a la participación ciudadana y las demandas que de ella emanen, participación que lo hizo convertirse en el primer presidente de la historia reciente de México en recibir más del 50% de los votos.

Al analizar la estrategia general de comunicación política realizada durante la campaña electoral 2017-2018 por el candidato de la coalición Juntos Haremos Historia, se cumple el objetivo previsto en el capítulo; se puede analizar con la información expuesta, las condiciones geográficas electorales de la población que

Andrés Manuel López Obrador utilizó como elemento rector en la construcción de sus elementos, propagandísticos y discursivos a través de la formación de su imagen política, misma que adquirió su momento cúspide durante el proceso electoral.

Se hace énfasis en el análisis de las condiciones de Ciudad de México debido a que, como capital del país y ciudad con mayor concentración poblacional con tendencia política liberal, resulta una demarcación fundamental para comprender de manera expresa la vinculación que puede crearse a través de la conexión de los diferentes elementos que forman parte de la estrategia de comunicación, misma que vio teóricamente enunciada en los capítulos anteriores.

## Consideraciones finales

A lo largo del presente trabajo se ha intentado trazar la línea oscura que subyace al proceso democrático mexicano, desde la formación de la institución partidista del siglo pasado hasta las diferentes fases que conducen hasta el presente, cada una de las etapas ha sido relevante en cuanto que modificaron y perfeccionaron el actual sistema electoral y de partidos, por esta razón resultó fundamental adentrarse primeramente en conocer la base que configura el actuar político e institucional para comprender el papel principal que en la actualidad ostenta la comunicación política.

A pesar de la posible dificultad que tenía intentar hacer un recorrido cronológico del proceso democrático e institucional mexicano, se trazaron los acontecimientos que, según mi interés, son más significativos e importantes para ofrecer al lector una idea suficiente, del tema en cuestión, a saber, la relación necesaria entre la comunicación y la política, analizando el caso victorioso de la estrategia comunicativa del actual presidente de la república: Andrés Manuel López Obrador.

Se observó como es natural en la historia de las sociedades de acuerdo con el contexto político, un avance y una ampliación en el proceso de participación ciudadana y de la relación de esta con los partidos políticos. La historia del proceso democrático y de institucionalización en México ha tenido distintas facetas en las que los grupos en el poder se mantuvieron durante un largo período; no obstante, el presente es un ejemplo de un efecto contrario a esa unilateralidad política.

El desplazamiento del grupo de poder y de toda su estructura ideológica, política, económica y comunicativa solo son muestra de la dinámica de la que somos parte en tanto ciudadanos y de las formas de evolución de ejercicio de poder.

- I. En ese sentido, como parte de los objetivos de la investigación, me he centrado en la reflexión y ejemplificación de la incidencia que tiene la comunicación política en la esfera tanto de la lucha por el poder como en la forma en que ha de apropiarse de ciertos niveles de lo real para poder ser efectiva.

La hipótesis central se sustenta en el hecho de que la obtención del poder no puede llevarse a cabo de forma efectiva dejando de lado el ejercicio comunicativo. De ahí que el candidato de la coalición Juntos haremos historia fuera el actor político que representara significativamente la relación planteada al principio de este trabajo.

A este respecto, el personaje creado a través de múltiples años de vida política por Andrés Manuel López Obrador ejecutó en esta tercera faceta de campaña por la presidencia del país de forma efectiva el uso del lenguaje a nivel colectivo, al transmitir únicamente la información que consideró necesaria durante el proceso electoral a los ciudadanos haciendo benéficos hasta sus errores cometidos.

Se resalta el hecho de que, en efecto, hubo un cambio cuantitativo en lo que respecta a la participación ciudadana que le otorgó de manera amplia el triunfo en las elecciones; esta información que no puede ser dejada de lado en la medida en que gracias a ella se logró ofrecer al elector una propuesta que englobara tanto sus expectativas como sus demandas y gracias al poder de transmisión de mensajes claves a los sectores elegidos de la población, específicamente el sector popular. Él fue quien, durante años, construyó a su propio personaje y logró otorgarle un papel central en la trama de la vida pública moderna mexicana, de esta manera necesitaba un momento coyuntural específico como lo fueron las pasadas elecciones, para poder masificar su proyecto mediante la conjunción de todos los elementos que engloba la: comunicación política.

Tanto las gráficas explicativas, el análisis demostrativo de la creación de su imagen, la exposición del acontecer político reflejado en proceso de construcción institucional electoral y de partidos, la recolección teórica, de acuerdo con los datos que hemos utilizado para permitirnos sustentar las ideas y objetivos de la presente investigación, hacen notar que gracias a la configuración de su estrategia de comunicación logró ofrecer al elector una propuesta que englobara tanto sus expectativas como sus demandas, sin hacer una distinción clara en el trasfondo de como lograría cumplirlas o si verdaderamente resultarían benéficas para la sociedad

mexicana. Para poder descubrir este panorama es necesario esperar el acontecer político de su gobierno.

Aunado a lo anterior, se ha de decir que el principal problema al que nos enfrentamos en torno a nuestro objetivo central fue lograr abstraer y comprender los distintos y diversos niveles de lenguaje, de los cuales el candidato en cuestión se apropió, explicados durante el desarrollo de su imagen política y a lo largo de sus estrategias de campaña.

Por otro lado, no hay que olvidar que la construcción del aura que lo rodeó también se alimentó de mensajes y símbolos que tenían como objetivo desbancar un triunfo que apenas podía vislumbrarse. En esa historia, como en todo acontecer narrativo, hubo tropiezos que pudieron desestabilizarla, pero quizás fueron las pequeñas grandes victorias aquéllas que no sólo lograban trascender los ataques mediáticos de sus contrincantes, sino las que propiciaron que el personaje tomara fuerza y propulsión de ellas.

- II. La figura de Andrés Manuel López Obrador es más que la del político audaz, es el ejemplo de cómo es posible alienar la realidad con herramientas que dieron pauta al triunfo en las elecciones presidenciales.

La pertinencia de adherir a todo aquel que se identificara con algún tipo de descontento o recelo generado por los gobiernos anteriores fue la punta de lanza de su propuesta. En esa agencia invitación a sumarse cabían, en primera instancia, el grupo de los ciudadanos desvinculados del juego democrático, para, posteriormente, dar lugar a las clases medias y a quienes pertenecieran a la clase dominante cuyo afán fuera el de una pretendida justicia idílica.

- III. Hay que decir, por otro lado, que la evocación histórica en cada uno de sus discursos y anuncios logró hacer eco en el recuerdo colectivo de los ciudadanos que sabían, aunque fuera por hechos no constatados y desde la lejanía, de los errores y afectaciones de presidentes y funcionarios que se

desempeñaban o habían desempeñado anteriormente como sujetos activos del Estado.

El proyecto Alternativo de Nación no fue, en ese sentido, un accidente a lo largo de sus campañas; antes bien, fue el programa ideológico de su movimiento, el afán explícito de distinguirse de sus contrincantes y uno de los resultados de la comunicación individual trabajada y construida por años desgaste político y social, todo esto, siempre con pretensiones de ser identificado como un político distinto, enarboló de esta manera una actitud plenamente moral por encima de la de los demás con el único objetivo de ganarse la confianza y lealtad de los ciudadanos. Podemos decir, siguiendo lo anterior, que la campaña de Andrés Manuel López Obrador cifra su triunfo en la excelente forma de llevar a cabo lo que en este trabajo definimos como comunicación política.

IV. Tanto la imagen como el símbolo confluyen en el personaje y logran hacer de él, el único en cuanto al papel que desempeña en esa historia. Contrario a eso, podemos decir que existe un ritmo dispar entre lo que el personaje es y lo que propone en términos materiales efectivos.

Es decir, en el nivel del lenguaje, la realidad se ajusta perfectamente a él, mientras que, en el nivel de la política más llana, podemos constatar que no todo es una noble intención, que quizás la realidad haya superado al personaje y, quien sabe, si será suficiente todo esfuerzo por llevar a cabo un proyecto propagandístico antes que político.

V. Del mismo modo, hemos de reconocer la perfección de esa propaganda en cuanto a cómo logró descifrar las jugadas ocultas y maliciosas que no sólo invitaban a sus seguidores a no depositar su confianza en él sino a trasladar esa incredulidad al nivel de lo privado.

Una cosa es cierta, Andrés Manuel López Obrador en tanto personaje de la vida pública de los años recientes, marca una forma de apropiarse de la realidad para hacer de ella y en ella el campo de batalla de la política a través de sentimiento y

emociones, sin la necesidad de recurrir a la sangre y al fuego. De ahí que, al final de la investigación hayamos incluido los elementos visuales que mostraban el ir y venir de la participación electoral de los últimos años en la Ciudad de México; misma que ha sido el objetivo central por conquistar, no solo por la cantidad de electores potenciales que cobija, también por su carácter representativo a nivel político.

Hay que añadir que, según lo que hemos aducido en las páginas anteriores, no hay prueba más eficaz para observar la relación necesaria entre comunicación política y la persecución del poder a través de las campañas electorales que el movimiento del cual Andrés Manuel López Obrador fue o sigue siendo dirigente, mismo que lo llevó a la conquista del poder mediante un avance fue progresivo y consistente que resultó avasallador en comparación de sus contrincantes.

Estar o no de acuerdo en cómo se desempeña y cuál podría verdaderamente ser el alcance de su proyecto político o su perspectiva para la democratización de México pareció no ser suficiente. Es de esta manera que se propone en esta investigación como otra consideración final es que lo político no está fuera del espectro del lenguaje, pero tampoco del pensamiento, es más bien necesario y, por lo tanto, también del análisis crítico de la realidad.

En ese análisis mencionado cabe tanto la historia como el presente y la posibilidad de proyectarse hacia el futuro; cabe también la oportunidad de mirar siempre los niveles ocultos de las cosas superficiales, pero con una amplia construcción ideológica detrás para describir la trama de los sucesos que llevan a los políticos tanto como a los ciudadanos a actuar y a ser los seres sociales que está en nuestra naturaleza ser, a saber, del resultado y el reflejo casi idéntico de las circunstancias y la historia.

## Referencias Bibliográficas (obras consultadas y utilizadas)

- Angel Adell, M. A. (2011). *Marketing Político 2.0*. Barcelona: Gestión 2000.
- Aristóteles. (2014). *La política*. Francia: FV Éditions.
- Berrocal, S. (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- Bobbio, N. (2002). *Diccionario de Política*. México: Siglo XXI.
- Bonino, L. C. (1999). *Manual de Marketing Político*. México: Fin de Siglo.
- Casar, M. A. (2010). *Sistema político mexicano*. México: Oxford University Press.
- Castells, M. (1997). *Local y Global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid: Taurus.
- \_\_\_\_\_ (2001). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Chávez, P. X. (2014). *El sistema electoral y la transición a la democracia en México*. México: Instituto Electoral del Estado de México.
- Córdova, A. (1994). *La formación del poder político*. México: Era ediciones .
- De la Barquera, H. S. (2017). El régimen autoritario. En J. J. Linz, *Antologías para el estudio y la enseñanza de la ciencia política. Volumen II: Régimen político, sociedad civil y política internacional* (págs. 83-90). México: Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Delarbre, R. T. (2001). *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, television y elecciones*. México: Ediciones Cal y Arena.
- Domenach, J. M. (1963). *La propaganda política*. Buenos Aires: Eudeba.
- Dorsch, F. (1994). *Diccionario de Psicología*. Barcelona: Herder.

- Downs, A. (1973). *Teoría económica de la democracia*. Madrid: Tecnos.
- Duverger, M. (2001). *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Easton, D. (2012). *Esquema para el análisis político*. Argentina: Amorrortu ediciones.
- Fonseca, O. B. (2012). *Sistema político mexicano*. México: Red Tercer Milenio .
- Gracia, J. C. (2015). *Partidos Políticos y Democracia*. México: Instituto Nacional Electoral.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G.Gili.
- \_\_\_\_\_ (2001). *Teoría de la acción comunicativa*, . Madrid: Taurus.
- Hobbes, T. (1977). *Leviatán*. En C. A. Fernández Pardo, *Teoría política y modernidad*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina .
- Huntington, S. (1968). *Political Order in Changing Societies*. New Haven : Yale University Press.
- Ibáñez, D. C. (2010). *Diccionario de Marketing*. Madrid: Universidad de Deusto.
- Instituto Nacional Electoral, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación . (2015). *Compendio Legislación Nacional Electoral*. México: Instituto Nacional Electoral.
- James A. Thurber, J. N. (1995). *Campaigns and Elections. American Style*. Boulder: Westview Press.
- Kelsen, H. (2015). *Esencia y valor de la democracia: forma del Estado y filosofía*. México: Ediciones Coyoacán.
- Loeza, S., & Prud'homme, J.-F. (2010). *Instituciones y procesos políticos*. México: El Colegio de México.

- Locke, J. (2014). *Segundo Tratado sobre el Gobierno Civil*. México: Alianza editorial.
- Luque, T. (1996). *Marketing político. Un análisis del intercambio político*. Barcelona: Ariel.
- Montesquieu, C. (2003). *Del espíritu de las leyes*. Madrid: Alianza.
- Monzon, C. (1996). *Opinión Pública, Comunicación y Política: La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.
- Navarete, J. P. (2012). *Partidos políticos y campañas electorales*. México: Red Tercer Milenio.
- Nohlen, D. (2007). *Ciencia Política. Teoría Institucional y relevancia del contexto*. Bogotá: Universidadn del Rosario.
- Ochoa, O. (2001). *Comunicación política y Opinión pública*. México: Ariel.
- Panebianco, Á. (1995). *Modelos de partido*. Madrid: Alianza Editorial.
- Peschard, J. (2010). De la conducción gubernamental al control parlamentario: 30 años de reformas electorales. En S. L.-F. Prud'homme, *Instituciones y Procesos Políticos* (págs. 355-403). México: El Colegio de México.
- Prud'homme, J.-F. (2010). El sistema de paridos. En S. Loaeza, & J.-F. Prud'homme, *Instituciones y Procesos Políticos* (págs. 121-|56). México: El Colegio de México .
- Ramirez, W. (2007). *Manual de Marketing Político*. LULU.com.
- Reyna, J. L. (2009). *El Partido Revolucionario Institucional* . México: Nostra Ediciones.
- Reynoso, V. (2009). *El Partido Acción Nacional* . México: Nostra Ediciones .
- Salgado, E. A. (2003). *El discurso del Poder. Informes presidenciales 1917-1946*. México: Porrúa.

- Sánchez, E. E. (2015). *Comunicación y Democracia*. México: Instituto Nacional Electoral.
- Sartori, G. (1999). *Partidos y sistemas de partidos*. Madrid: Alianza Editorial.
- Valdés, L. (2015). *Sistemas Electorales y de Partidos*. México: INE.
- Van Dijk, T. A. (1999). *Análisis del Discurso social y político, traducción de Mendizábal, Iván Rodrigo*. Ecuador: Abya-Yala.
- Villafañe, V. L. (1986). *La formación del sistema político mexicano*. México : Siglo XXI.
- Wolton, D. (1995). *El nuevo espacio público. La comunicación política: construcción de un modelo* . Barcelona: Gedisa.
- Young, K. (1999). *La opinión pública y la propaganda*. México: Paidós.
- Zelaznik, J., & Orlandi, H. (2007). El gobierno. En J. Pinto, *Introducción a la ciencia política* (págs. 211- 261). Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

## **Hemerografía**

- Araujo, O. R. (06 de Octubre de 2011). ¿Por qué Morena? *La Jornada*.
- Balderas Zavala, R. G. (2012). Génesis de la geografía electoral . *Especialidades*, 80-95.
- Cisneros, I. H. (23 de 05 de 2013). Geografía político-electoral. *Crónica*.
- Díaz, G. L. (19 de Marzo de 2006). No dejaba de crecer . *Proceso* , págs. 48-50.
- Martínez, J. G. (2014). Historia del Partido Movimiento Regeneración Nacional. *Revista de Derecho Estasiológico* , 195-217.
- Meza, R. B. (2014). Morena: el partido del lopezobradorismo. *Polis*, 71-103.

- Monge, R. (2005 de Julio de 2005). Golpe por golpe. *Proceso*, págs. 44-47.
- \_\_\_\_\_ (29 de Junio de 2000). El jefe de Gobierno. *Proceso* , págs. 32-40.
- Salazar, J. C. (2018). Mercadotecnia política e internet en campañas electorales. *Universitarios Potosinos*, 18-21.
- Vergara, R. (2011). Hacia la "República amorosa". *Proceso*, 60-69.
- \_\_\_\_\_ (2012). El deslinde, el "mea culpa". *Proceso*, 67-69.
- Zepeda, A. V. (2003-2004). Para construir una imagen pública. *Revista Mexicana de Comunicación*, 29-31.

### **Documentos electrónicos**

- Aguirre, A. (03 de 04 de 2012). *El Economista*. Obtenido de El Economista:  
<https://www.economista.com.mx/opinion/El-plan-de-AMLO-20120403-0007.html>
- Barrera, O. A. (2015). *IBERO*. Obtenido de IBERO:  
<http://ri.iberomx:8080/viewer/?code=016122>
- Borbolla, M. H. (3 de Julio de 2018). *RT*. Obtenido de RT Actualidad:  
<https://actualidad.rt.com/actualidad/279489-lopez-obrador-historia-largo-camino-presidencia>
- Capdevilla, A. (2 de Diciembre de 2018). *Universidad de Beira Interior*. Obtenido de Communication Philosophy Humanities Labcom: <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/>
- CNN. (2 de Julio de 2018). *CNN en español*. Obtenido de CNN:  
<https://cnnespanol.cnn.com/2018/07/02/elecciones-mexico-2018-los-ganadores-y-perdedores-de-la-jornada/>

Corte IDH. (2019). *Geografía Electoral* . Obtenido de Corte IDH:  
<http://www.corteidh.or.cr/tablas/14911.pdf>

De los Salmones , M. S. (2009). *Universidad de Cantabria*. Obtenido de Universidad  
de Cantabria:  
[https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10591/1de8.MMGSS\\_cap1.pdf?  
sequence=2](https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10591/1de8.MMGSS_cap1.pdf?sequence=2)

El Universal . (2016). *El Universal*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2019, de  
<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/politica/2016/06/7/celebrando-resultados-de-morena-en-comicios>

Escalante, C. A. (21 de Febrero de 2012). *Centro Político*. Obtenido de Centro  
Político: <https://www.centropolitico.org/etapas-campana-politica/>

Farah, M. (8 de Enero de 2018). *La Razón* . Obtenido de Columna Causas :  
<https://www.razon.com.mx/columnas/elecciones-2018-democracia-paz-social/>

Instituto Electoral Ciudad de México. (31 de Enero de 2019). *IECM*. Obtenido de  
Instituto Electoral Ciudad de México: <http://www.iecm.mx/elecciones/padron-electoral-y-de-la-lista-nominal/>

Instituto Nacional Electoral. (17 de Febrero de 2019). *Instituto Nacional Electoral*.  
Obtenido de INE: <https://www.ine.mx/sobre-el-ine/>

Manaut, R. B. (20 de Enero de 2019). *Estudios Latinoamericanos*. Obtenido de  
Revistas UNAM:  
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rel/article/view/46752/42166>

Ortuño, G., & Ureste, M. (9 de Junio de 2015). *Animal Político*. Obtenido de Animal  
Político: <https://www.animalpolitico.com/2015/06/como-quedo-morena-en-su-primera-eleccion-como-partido/>

Redacción. (2011). *AMLO*. Obtenido de López Obrador:  
[lopezobrador.org.mx/semblanza/](http://lopezobrador.org.mx/semblanza/)

Sánchez, F. J. (26 de 02 de 2019). *Juridicas UNAM*. Obtenido de Juridicas UNAM:  
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/350/5.pdf>

Secretaría de Gobernación. (5 de Diciembre de 2018). *Sistema de Información Legislativa*. Obtenido de Sistema de Información Legislativa:  
<http://sil.gobernacion.gob.mx/Glosario/definicionpop.php?ID=193>