

Influencia del marketing electoral en la alternancia política del municipio de Toluca

Fecha de recepción: 25 de enero de 2010
Fecha de aprobación: 03 de agosto de 2010

Angélica García Marbella*
Luz María C. Jaimes Legorreta**

RESUMEN

El objetivo del presente artículo es reflexionar cómo el marketing electoral ha logrado influir en la inclinación de los votantes por determinado partido al momento de ejercer su voto, consiguiendo que se dé una alternancia a nivel federal, estatal y municipal, sin importar los principios y estatutos de los partidos; sino más bien, la búsqueda del candidato idóneo que aparentemente satisface las necesidades de los votantes para obtener el triunfo electoral.

PALABRAS CLAVE: sistema electoral, proceso electoral, alternancia política, partido político, marketing electoral, sufragio.

ABSTRACT

This article presents a consideration about how the electoral marketing gains the voters' preference for a specific political party when they exert their vote. It has generated a political rotation of federal, state and municipal levels; without considering the principles and statutes of the political parties. Instead, it searches for the appropriate candidate who satisfies the voters' needs to obtain the electoral triumph.

KEY WORDS: electoral system, electoral process, political rotation, political party, electoral marketing, suffrage.

* Candidata a maestra en Derecho. Coordinadora de Difusión Cultural y jefa del área de inglés en la Facultad de Ciencias de la Conducta, UAEM.

** Maestra en Derecho. Profesora de la Facultad de Derecho, UAEM.

INTRODUCCIÓN

El sistema electoral es una parte primordial del régimen político de cualquier país, independientemente del sistema social. A través de él, se recurre a la voluntad pública o ciudadana para renovar o ratificar los cuadros dirigentes en los distintos órganos nacionales y regionales de elección y representación popular.

Durante la primera mitad del siglo XIX, la selección del Congreso Constituyente se realizaba mediante elecciones indirectas de segundo grado, en las que el voto era ejercido en juntas o colegios electorales y en los cuales se nombraba a los electores primarios, uno por cada 500 habitantes y éstos a su vez nombraban a los electores secundarios quienes tenían la facultad de seleccionar a los diputados. Con el transcurso del tiempo, las elecciones en nuestro país se basaban en procesos donde cada partido político escogía un candidato, lo inscribía con el propósito de promover sus candidaturas y conquistar el voto ciudadano; es decir, se daba a conocer al electorado lo fundamental de cada partido para lograr el triunfo.

Hoy es diferente, la competencia por el poder entre los partidos políticos, así como la presencia de diversos factores en el sistema político, particularmente la injerencia de los medios de comunicación instituidos como nuevo espacio público y lugar privilegiado de la política, son elementos que han sido determinantes en la aparición del marketing político. Su papel en el campo de la comunicación política tiene que ver con su capacidad de influencia sobre la misma, y en particular sobre

la opinión pública, aunque, por supuesto, no se puede dejar de lado la ejercida en la agenda informativa de los medios.

Así, en los procesos electorales, partidos políticos como el Partido Acción Nacional (PAN), el Partido Revolucionario Institucional (PRI), y el Partido de la Revolución Democrática (PRD) dentro de sus estrategias comunicativas de campaña incorporan al marketing electoral con el objetivo de presentarnos una imagen perfecta de un político que resolverá todas las necesidades de los votantes en un determinado territorio. Como ejemplo tenemos las elecciones de 2006 en el municipio de Toluca, Juan Rodolfo Sánchez por el PAN y Luis Miranda Nava por el PRI compitieron en una época en la que el marketing electoral tuvo bastante auge. Ambos partidos realizaron diferentes spots en televisión y radio; desde esta perspectiva, Acción Nacional utilizó estrategias de campaña como el proyecto Ave Azul con la finalidad de lograr el posicionamiento de la comunidad adulta y jóvenes, pues a través de ellos se lograría una mayor votación en el municipio.

Actualmente, el marketing político se justifica en la medida que provee de éxito político-electoral a los partidos (o mejor dicho a sus candidatos), toda vez que sigue los deseos y necesidades del mercado político. Además, dicho marketing se sostiene y determina su forma de proceder bajo el principio de la “orientación del votante” (voter-orientation), y su aplicación tiene como consecuencia, la presencia de un gobierno democrático con carácter populista, o remite a una nueva etapa política caracterizada por el uso de la demagogia.

Al otorgar éxito electoral al PAN, PRD, Verde Ecologista, entre otros, surge en el Estado de México la alternancia, y en consecuencia, se confirma que PAN y PRD se han convertido en partidos predominantes en diversos ayuntamientos, desplazando al PRI por un buen periodo, tal es el caso del municipio de Toluca, por seis o nueve años.

ANTECEDENTES DEL SISTEMA ELECTORAL MEXICANO

Nuestro sistema electoral se ha perfeccionado a través del tiempo, tan es así, que cada ley electoral mexicana ha respondido a las exigencias democráticas de su época y de una sociedad en constante desarrollo. Un ejemplo de ello es la Ley Electoral del 19 de diciembre de 1911, la cual aportó elementos fundamentales como el otorgamiento de personalidad jurídica a los partidos políticos, y la organización del registro de electores. Posteriormente, en la Ley Electoral Federal del 7 de enero de 1946 se especificó que la preparación, vigilancia y desarrollo del proceso electoral quedaba bajo la responsabilidad del gobierno federal, creándose así, la Comisión Federal de Vigilancia Electoral, las Comisiones Locales Electorales, los Comités Distritales Electorales y el Consejo del Padrón Electoral. Asimismo, surgieron preceptos electorales para otorgar el voto a la mujer, se creó la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales -LOPPE- con el propósito de fortalecer a los partidos políticos; y el 12 de febrero de 1987 se promulgó el Código Federal Electoral, para ampliar aún más

los espacios parlamentarios de los partidos políticos minoritarios en la Cámara de Diputados, y se dispuso que la representación nacional se integrara con 300 diputados electos por el principio de mayoría relativa y 200 según el principio de representación proporcional (RP) (CEE, 1998: 13).

En México, cada una de las leyes electorales constituye un universo cerrado en sí mismo. Muchas veces, inclusive, el significado de una norma legal ha dependido de la exacta posición o lugar que ocupa en la institución jurídica a la que está incorporada. En este sentido, el sistema electoral es una expresión y una amalgama entre lo nuevo y lo viejo.

CARACTERÍSTICAS DEL SISTEMA ELECTORAL MEXICANO

El sistema electoral mexicano es clasista e histórico, está formado por varios principios fundamentales de los que derivan ciertas instituciones, conceptos particulares y fines propios, formándose un cuerpo jurídico orgánico, ordenado y coherente.

Al realizar una revisión de las disposiciones constitucionales, se descubrió en lo electoral una función pública de extrema importancia para alcanzar las decisiones políticas elementales que se manifiestan en los artículos 39, 40, 41 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los cuales especifican que la soberanía nacional reside en el pueblo, que es voluntad de éste constituirse en una república representativa, democrática, federal, compuesta por Estados libres y soberanos, teniendo como base de su divi-

sión territorial y de su organización política y administrativa, el Municipio Libre. En estos principios constitucionales se encuentran los primeros fundamentos del sistema electoral mexicano, toda vez que en ellos se establece el pleno ejercicio de la soberanía del pueblo; nuestra Carta Magna otorga al ciudadano las prerrogativas en materia política.

La literatura especializada identifica tres modalidades principales del sistema electoral. Se trata de tipos básicos que en su forma pura se aplican sólo en unos cuantos países; no obstante que sus características elementales lo han hecho centro de la aguda polémica que se produce cada vez que se discute cuál de los sistemas electorales es el mejor. Veamos sus rasgos fundamentales:

Mayoría relativa y absoluta

El sistema de mayoría simple, también conocido como el First Past The Post System (FPTP) es el más viejo y sencillo de cuantos existen, normalmente se aplica en distritos uninominales, es decir, las zonas o regiones en que se divide un país para elegir a un solo representante popular, por mayoría, en cada una de ellas. Cada elector tiene un voto y supone que hay un ganador cuando alguno de los candidatos ha alcanzado al menos 50% más uno de los votos.

Representación proporcional

El término representación proporcional es usado de manera genérica, y se apli-

ca a todos los sistemas que buscan igualar el porcentaje de votos que alcanza cada partido con el de representantes en los órganos legislativos y de gobierno. Tradicionalmente, se emplea en demarcaciones o circunscripciones plurinominales (regiones en que se divide un país para la elección de representantes populares por representación proporcional) en las que participan los partidos mediante listas de candidatos que los electores votan en bloque. Este sistema normalmente fija un límite mínimo de votación con el propósito de discriminar entre los partidos que tienen derecho a participar en el reparto proporcional y los que no lo tienen.

Sistemas mixtos

Por lo regular se trata de sistemas que mezclan elementos de los mecanismos de mayoría y de representación proporcional. Además, tienen una particularidad fundamental: la sección del órgano legislativo que se elige por representación proporcional está pensada como una adición que pretende compensar la desproporción que resulta de la representación seleccionada por mayoría relativa.

En México, desde 1988 se aplica un sistema mixto con dominante mayoritario. Se eligen 300 diputados en ciertos distritos uninominales y 200 de RP en cinco circunscripciones plurinominales, cuyo umbral establecido para participar en la distribución de este último es 1.5% de la votación nacional. En tal caso, existe un tope máximo de diputaciones para el partido mayoritario, que teóricamente puede

implicar que el sistema pierda su capacidad para hacer equivalentes las proporciones de votos y de curules de cada partido.

PROCESO ELECTORAL FEDERAL

En nuestro país, el sistema electoral se basa en un proceso definido como un conjunto ordenado y secuencial de actos y actividades regulados por la Constitución y la ley electoral que realizan las autoridades, los partidos políticos y los ciudadanos con el propósito de renovar periódicamente a los integrantes de los poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión (IEEM, 2005: Artículo 138). Proceso electoral federal de carácter ordinario, que de acuerdo con la ley, comprende cuatro grandes etapas secuenciales diferenciadas:

a) Preparación de la elección. Se inicia con la primera sesión que celebre el Consejo General del Instituto Federal Electoral la primera semana de octubre del año previo al que deban realizarse las elecciones federales ordinarias y concluye al iniciarse la jornada electoral. Comprendiendo los siguientes pasos:

- Instalación de los consejos locales y distritales
- Cierre del periodo de depuración y actualización del Registro de Electores y preparación de las listas nominales definitivas
- Voto desde el extranjero
- Registro de candidaturas
- Campañas electorales
- Fijación de límites a gastos de campaña

- Integración y ubicación de las mesas directivas de casilla
- Acreditación de representantes de los partidos políticos
- Acreditación de observadores electorales y visitantes extranjeros
- Documentación y materiales electorales

b) Jornada electoral. Constituye, sin duda, la etapa crucial del proceso electoral, ya que en su desarrollo ocurre justamente la emisión del sufragio ciudadano, cuya preferencia determinará la composición de los órganos de representación nacional. Dicha jornada inicia a las 08:00 horas con la instalación y apertura de casillas y concluye con su clausura, esto es, una vez que se ha realizado el escrutinio y cómputo de los votos recibidos en cada una de ellas, así como de los votos emitidos en el extranjero, y se han integrado debidamente los respectivos expedientes electorales. Comprendiendo los siguientes pasos: instalación y apertura de casillas, votación, escrutinio y cómputo, y clausura de casilla y remisión del expediente.

c) Resultados y declaraciones de validez de las elecciones. Se empieza con la remisión de la documentación y expedientes electorales de casillas de las elecciones de diputados y senadores a los consejos distritales, y concluye con los cómputos y declaraciones de validez que realicen los consejos del Instituto o, en su caso, de las resoluciones que emita en última instancia el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Sin embargo, de acuerdo con la ley, esta etapa debe concluir la última semana de agosto, abarcando

do los siguientes pasos: información de resultados preliminares, cómputos distritales y declaración de validez de la elección de diputados de mayoría relativa, cómputos de entidad federativa de la elección de senadores por ambos y declaración de validez de la elección de senadores por el principio de mayoría relativa, cómputos de representación proporcional en cada circunscripción plurinominal, y constancias de asignación proporcional.

d) Dictamen y declaración de validez de la elección y del presidente electo. Comienza al resolverse el último de los medios de impugnación que se hubiesen interpuesto contra esta elección o cuando se tenga constancia de que no se presentó ninguno, concluyendo en el momento que la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación aprueba el dictamen que contiene el cómputo final y las declaraciones de validez de la elección y del presidente electo. En todo caso, y de conformidad con la ley, esta última etapa del proceso electoral debe concluir durante septiembre.

PROCESO ELECTORAL A NIVEL ESTATAL

El proceso electoral ordinario para la elección de gobernador iniciará en el mes de enero del año que corresponda y concluirá con los cómputos y declaraciones que realicen los consejos del Instituto o con las resoluciones que, en su caso, pronuncie el tribunal. Cabe señalar que estas elecciones se celebrarán cada seis años, el primer domingo de julio del año que co-

rresponda; en tanto que las ordinarias de diputados a la Legislatura del Estado se efectuarán cada tres años, el segundo domingo de marzo del año que corresponda, conforme al Código Electoral del Estado de México.

La etapa de preparación de la elección de gobernador comenzará con la primera sesión que el Consejo General del Instituto celebre la primera semana del mes de enero del año en que deban realizarse las elecciones ordinarias; la jornada electoral dará inicio a las 8:00 horas del primer domingo de julio, y finalizará con la publicación de los resultados electorales en el exterior del local de la casilla y la remisión de la documentación y los expedientes electorales a los respectivos Consejos distritales y municipales.

La etapa de resultados y declaraciones de validez de las elecciones principiará con la recepción de la documentación y los expedientes electorales por los consejos distritales o municipales y acabará con los cómputos o declaraciones que realicen los consejos del instituto o con las resoluciones que, en su caso, pronuncie en última instancia el tribunal.

EL PROCESO ELECTORAL A NIVEL MUNICIPAL

El proceso electoral ordinario para la elección de los miembros del ayuntamiento conforme al Código Electoral del Estado de México iniciará en el mes de septiembre del año anterior de la elección y concluirá con los cómputos y declaraciones que realicen los consejos del Instituto, o con las resoluciones que en su caso emita el Tribunal.

El proceso electoral a nivel municipal constará de las siguientes etapas:

- a) Preparación de la elección. Comienza en el mes de septiembre del año anterior de la elección y concluye al iniciarse la jornada electoral.
- b) Jornada electoral. Empieza a las 8:00 horas del segundo domingo de marzo del año de la elección; y termina con los resultados electorales en el exterior del local de la casilla y la remisión de la documentación y los expedientes electorales a los respectivos Consejos distritales y municipales.
- c) Resultados y declaraciones de validez de las elecciones de diputados y ayuntamientos. Principia con la recepción de la documentación y los expedientes electorales por los consejos distritales o municipales y finaliza con los cómputos y declaraciones que realicen los Consejos del Instituto o con las resoluciones que dicte el Tribunal.

Cabe mencionar que cada partido efectúa elecciones internas para seleccionar al candidato que lo representará en la elección; y al igual que en el nivel federal, realiza actos de precampaña, coloca propaganda, elabora spots; contando para ello con un presupuesto fijado por el Instituto. Se entienden como actos de precampaña las reuniones públicas o privadas, debates, entrevistas en los medios de comunicación, visitas domiciliarias, asambleas y demás actividades que hacen los candidatos con el propósito de promover y obtener la candidatura a los distintos cargos de elección popular. En

estos actos, la publicidad juega un papel determinante en el proceso de comunicación, a la vez que depura e incluye técnicas de marketing comercial adecuándolas a las condiciones y necesidades del ámbito político; dando como resultado, una estrategia de comunicación que integra diseño, elaboración y venta de un producto político. Es decir, “la introducción del marketing político se produce con la elaboración de una política de comunicación política, esto es, de una estrategia global de diseño, racionalización y trasmisión de la comunicación política moderna” (Maarek, 1997: 126).

Para el caso de gobernador, diputados y miembros del ayuntamiento, las precampañas podrán realizarse comenzando el proceso electoral y concluirán el día anterior al del inicio del plazo para el registro de candidatos. Es decir, con respecto al gobernador, tendrá un plazo de 15 días contados a partir del vigésimo día de haberse publicado la convocatoria; para diputados por el principio de mayoría relativa, 15 días contados a partir del quinto día de haberse publicado la convocatoria; y los miembros del ayuntamiento, en un plazo de quince días contados a partir del vigésimo día de haberse publicado la convocatoria.

La campaña electoral iniciará desde la fecha de registro de candidaturas que apruebe el órgano electoral correspondiente para la elección respectiva, y concluirá tres días antes de la jornada electoral.

En cuanto a los resultados electorales (cómputos municipales), los consejos municipales celebrarán sesión para hacer el cómputo de la elección de ayuntamientos,

el miércoles siguiente al de la realización de la misma (IEEM, 2005: Artículo 269). Iniciada la sesión, el Consejo procederá con el cómputo de los votos, abrirá los paquetes que no presenten alteración y tomará nota de los resultados que consten en las actas finales de escrutinio, y, si hubiera alguna objeción, se realizará nuevamente el escrutinio de esa casilla. Una vez hecha la suma de todas las actas correspondientes a las casillas del municipio y declarada la validez de la elección, el presidente del Consejo Municipal Electoral extenderá la constancia de mayoría a la planilla ganadora.

PARTIDOS POLÍTICOS Y ALTERNANCIA POLÍTICA

Comenzamos el apartado mencionando la etimología y evolución de la palabra “partido”, cuyo vocablo proviene del verbo latino *partiré* que significa “dividir”. Sin embargo, “la palabra no se incorporó al léxico político sino hasta el siglo XVII, lo que implica no haber pasado a la literatura política directamente del latín” (Sartori, 2005: 54).

Al analizarla, también es importante considerar la expresión “secta”, que derivada del latín *secare*, significa partir o dividir, siendo ésta, otra evolución de partido. Asimismo, cambia el término a “parte” que denota participación, y posteriormente, cuando parte se convierte en partido, el vocablo se vuelve ambiguo pues indica “dividir”, pero también “compartir” como consecuencia de la vinculación con participación.

Tal panorama lingüístico se consolidó en el lenguaje político, viniendo a fortalecer la asociación de partido con la idea de ruptura y participación. Es a partir de esta consolidación que estudiosos como Giovanni Sartori reconocen que los partidos políticos son una construcción conceptual política enteramente moderna, debido a sus características esenciales: una organización permanente, completa e independiente; una voluntad para ejercer el poder, y una búsqueda del apoyo popular para conservarlo.

Al igual que las instituciones jurídicas, es de gran importancia señalar que los partidos políticos están en constante evolución, lo que nos permite comprender mejor su naturaleza, funciones, organización, financiamiento e ideología. Así, con los diversos movimientos que se han dado a través de la historia y por las circunstancias de cada país, podemos ver que México no ha sido la excepción, pues a partir de la independencia, la revolución mexicana, entre otros, los partidos políticos son actores fundamentales para canalizar las energías políticas de la ciudadanía; promover el desarrollo de una verdadera y sólida tradición política democrática; integrar políticamente al país; y racionalizar y dar cauce al descontento social que cuestiona la legitimidad del sistema político.

En este sentido, y ante el surgimiento de varios partidos políticos en México, es de resaltar la adición al artículo 41 de la Carta Magna, con fecha 4 de octubre de 1977, que otorgó su fundamento constitucional, respecto de la cual el Ejecutivo Federal expresó lo siguiente:

“Imbricados en la estructura del Estado, como cuerpos intermedios de la sociedad que coadyuvan a integrar la representación nacional y la formación del poder público, el Ejecutivo Federal a mi cargo estima conveniente adicionar el artículo 41 para que en este precepto quede fijada la naturaleza de los partidos políticos y el papel decisivo que desempeñan en el presente y en el futuro de nuestro desarrollo institucional” (Carrillo, 1981: 50).

Sin duda, su naturaleza jurídica y su importancia como actores políticos, se reconoce en el artículo 41 constitucional al establecer que:

“Los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las formas específicas de su intervención en el proceso electoral. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho a participar en las elecciones estatales y municipales. Los partidos políticos tienen como fin 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 éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo. Sólo los ciudadanos podrán afiliarse libre e individualmente a los partidos políticos”.

Cabe señalar que a lo largo de la historia mexicana han existido varios partidos políticos que desaparecieron básicamente porque perdieron su registro legal al no obtener el mínimo de votos requeridos para conservarlo, o porque se han fusionado con otros dando origen a nuevos; sin

embargo, es innegable su importancia en el desarrollo político del país. Por mencionar algunos: Coalición Obrero Campesino Estudiantil del Istmo; Democracia Social; Fuerza Ciudadana; México Posible; Partido Auténtico de la Revolución Mexicana; Partido de Centro Democrático; Partido Comunista Mexicano; Partido Demócrata Mexicano; Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional; Partido Liberal Constitucionalista; Partido Liberal Mexicano; Partido Liberal Mexicano (2003); Partido Mexicano de los Trabajadores; Partido Nacional Antireeleccionista; Partido Nacional Agrarista; Partido Popular Socialista; Partido Revolucionario de la Unificación Nacional; Partido Revolucionario de los Trabajadores; Partido Social Demócrata; Partido Socialista de los Trabajadores.

Los partidos políticos de México se dividen según el espectro político tradicional, en derecha, centro e izquierda; y por su historia e importancia política en tres sectores: los grandes partidos históricos que se disputan las preferencias electorales y ocupan gubernaturas estatales; los partidos medianos, de más reciente formación con presencia en el Congreso de la Unión y en gobiernos municipales; y finalmente, los partidos pequeños de reciente creación.

A continuación se presenta un concentrado de información concerniente a los tres grandes partidos que existen en México, los cuales, independientemente de sus plataformas y principios, coinciden en la importancia de incidir en el ejercicio democrático del poder y el desarrollo económico, social y cultural del país.

Tabla 1
INFORMACIÓN RELATIVA AL PAN, PRI, PRD

PAN	PRI	PRD
El 16 de septiembre de 1939 se constituyó como partido.	El 18 de enero de 1946 se constituyó como Partido.	Se constituyó de manera formal el 5 de mayo de 1989.
Plataforma legislativa		
México enfrenta una realidad radicalmente distinta a la observada hace algunos años y está inmerso en un proceso de transformación que no debe detenerse, sino consolidarse. Para Acción Nacional es tiempo de mantener la consistencia en las políticas públicas y no reinventar el país cada seis años, como sucedía en el pasado, es por ello que se realizan elecciones libres y competitivas e instituciones electorales independientes del Ejecutivo. Se ha institucionalizado la defensa de los Derechos Humanos; se cuenta con una Ley de Transparencia y Acceso a la Información y con el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública, que garantizan el acceso a la información gubernamental.	La responsabilidad del PRI es encontrar espacios de entendimiento con las causas ciudadanas, a partir de las coincidencias, pero al mismo tiempo exponer con determinación aquellas cuestiones en las que se está dispuesto a dar marcha atrás como son: <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la soberanía nacional. • Enfrentar y combatir la desigualdad y la injusticia, la intolerancia y la discriminación. • Ofrecer igualdad de oportunidades para todos. Su programa de acción es un compromiso ante la sociedad y una convocatoria abierta a favor de la transformación de las instituciones, para construir un nuevo orden en lo político, lo social, lo económico, y en la participación de México en el ámbito internacional.	El objetivo fundamental del PRD es la conquista de una sociedad democrática con igualdad social, en el marco de la independencia nacional y el respeto a la diversidad humana, a la equidad entre los géneros y a la naturaleza. El Estado democrático y social de derecho garantiza las libertades plenas del ciudadano pero propicia la creación de un nuevo modelo de desarrollo económico que suprima la explotación de las personas, fomentando la participación pública, social y privada sobre los medios de producción.
Principios de doctrina		
El PAN basa sus principios de doctrina en temas como son: <ul style="list-style-type: none"> • Persona y libertad • Política y responsabilidad social • Familia • Cultura y educación • Nacionalización y mundialización • Desarrollo humano sustentable 	El PRI dentro de sus principios de doctrina retoma temas como son: <ul style="list-style-type: none"> • Justicia social • Igualdad y derechos humanos • Democracia y gobernabilidad • Libertad 	El PRD dentro de sus principios de doctrina abarca temas como son: <ul style="list-style-type: none"> • Una sociedad productiva, justa e igualitaria • Transversalidad y paridad de género • El trabajo, valor esencial • Construir la democracia • Defensa del estado laico
Estatutos		
El PAN es una asociación de ciudadanos mexicanos en pleno ejercicio de sus derechos cívicos, con el fin de intervenir orgánicamente en todos los aspectos de la vida pública de México, tener acceso al ejercicio democrático del poder y lograr: <ul style="list-style-type: none"> • El reconocimiento de la eminente dignidad de la persona humana; • La subordinación, en lo político, de la actividad individual, social y del Estado a la realización del Bien Común; • El reconocimiento de la preeminencia del interés nacional sobre los intereses parciales y la ordenación y jerarquización de éstos en el interés de la Nación, y • La instauración de la democracia como forma de gobierno y como sistema de convivencia. 	El PRI es un partido político nacional, popular, democrático, progresista e incluyente, comprometido con las causas de la sociedad; los superiores intereses de la Nación: los principios de la Revolución Mexicana y sus contenidos ideológicos plasmados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. El PRI tendrá como fines: <ul style="list-style-type: none"> • Competir democráticamente por el poder público; • Alcanzar, ejercer y mantener democráticamente el poder para llevar a la práctica sus Documentos Básicos; • Vigilar y exigir que los integrantes de los poderes públicos, federales y locales, cumplan sus responsabilidades democráticas. 	El PRD es un partido político nacional conformado por mexicanas y mexicanos libre e individualmente asociados, que existe y actúa en el marco de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Para el PRD la democracia es el principio fundamental de la vida del Partido, tanto en sus relaciones internas como en su acción pública. Los miembros, organizaciones y órganos del Partido están obligados a realizar y defender dicho principio. Otros temas importantes que maneja el partido en sus estatutos es el cómo está conformado tanto a nivel nacional, estatal y municipal, especificando los derechos y obligaciones de cada uno de sus organizaciones.

FUENTE: elaboración propia con información de la plataforma legislativa, principios de doctrina y estatutos de cada partido.

Como lo muestra el cuadro anterior, los tres partidos buscan una sociedad que tenga valores como el amor a la patria, la solidaridad, la igualdad, la equidad, entre otros, con el fin de lograr un pueblo regido por la democracia y la justicia. Sin embargo, todavía falta mucho por hacer, toda vez que los votantes no emiten su sufragio por el conocimiento de los principios y/o plataformas de los partidos, sino más bien por el candidato (imagen) que representa quien resolverá sus necesidades y trabajará por una comunidad perfecta. Ante este panorama, y ante cualquier Estado democrático, la alternancia política tiene un gran valor, no sólo porque forma parte de su esencia misma, sino por lo que tiene de “higiénico”, democráticamente hablando, al reducir la corrupción. Como dijo Lord Acton “el poder tiende a corromperse y el poder absoluto tiende a corromperse absolutamente” (1999: 34).

La alternancia política en México es muy reciente, en tanto que era considerada más propia de los sistemas bipartidistas o multipartidistas (cuya sucesión en cargos de gobierno se daba de manera alternada entre los distintos partidos políticos), que de un sistema de partido hegemónico como el mexicano, en donde no se contemplaba el reemplazo, toda vez que éste permaneció en un solo partido, el PRI.

Las elecciones del 2 de julio de 1989 inauguraron un nuevo periodo en el sistema político mexicano. La victoria en las urnas del candidato panista a la gubernatura de Baja California, abrió una visión inédita en el sistema electoral del país al permitir que un gobernador que no era del partido llamado oficial, ocupara el Poder Ejecutivo

en una entidad de la República. A partir de ello, la transición democrática entró también en otra etapa, comenzando a nombrarla “vía federalista” a la democracia.

Para las organizaciones políticas, la alternancia ha significado la pérdida de la certeza electoral. Desde 1989, la posibilidad de no ganar una elección es objeto de preocupación para los partidos políticos y sus candidatos. Ahora, habrá que poner en la balanza la decisión de participar cuando puede estar en juego una carrera política. Además, una vez en campaña, los contendientes están obligados a acercarse a la sociedad en busca de votos y apoyos, aumentando la disputa por los consensos, toda vez que la alternancia significó que los actores cambiaran sus roles: el PAN se transformó en una nueva burocracia política y el PRI pasó a ser oposición.

Un elemento auxiliar para registrar la naturaleza de la alternancia es la pluralidad política, es decir, el terreno de los partidos que acceden o que dejan el poder. Tres son las circunstancias que podemos encontrar en la alternancia política, derivada del desenvolvimiento de los partidos políticos:

- La reincidencia política: se presenta cuando el partido político que tradicionalmente sustentaba el poder (en el caso mexicano el PRI), luego de pasar un trienio como partido opositor, recupera la alcaldía en una elección –inmediatamente– posterior. Se dice que hay reincidencia porque el electorado decide otorgarle nuevamente su voto al partido que anteriormente gobernaba.

- El nuevo predominio: ocurre cuando un partido político –entonces– de oposición (PAN o PRD) mantiene, de manera consecutiva, el municipio ganado, desplazando de manera permanente a la fuerza política dominante (PRI).
- Alternancia con pluralidad política: se presenta cuando hay alternancia política en forma reiterada, pero en donde el poder pasa por las manos de partidos diferentes: no sólo por los partidos grandes (PAN, PRI y PRD) sino también por los pequeños (PVEM, PT, etc.) (Cedillo, 2006: 122).

ALTERNANCIA POLÍTICA EN EL ESTADO DE MÉXICO

Respecto de la alternancia política en el Estado de México, antes de la década de los noventa, el control del poder local en los 121 municipios, que hasta entonces constituían la entidad, era hegemónico para el PRI, siendo el único capaz de postular candidatos en todos los ayuntamientos mexiquenses. Los otros partidos políticos como el pan, PPS, PARM, PCM, entre otros, no sólo mostraban su incapacidad de disputarle el poder, sino que difícilmente cubrían sus candidatos las elecciones llevadas a cabo.

Haciendo una revisión global del contexto político electoral del Estado de México, hasta las elecciones de 2003, encontramos que en 30 de los 124 municipios de la entidad, no se había presentado una alternancia; en 33 de ellos se registró baja alternancia, con un cambio de partido gobernante; en 44 fue media-

na, con dos ocasiones; y en 16 se registró como alta, con tres o más veces.

Los resultados más recientes de las elecciones de 2006: los municipios con primera alternancia se pusieron a prueba y de los 15, nueve tuvieron alternancia. El PAN conservó Nopaltepec, Soyaniquilpan y Tianguistenco, pero perdió Jocotitlán, Malinalco y Polotitlán; el PRD mantuvo Chalco, Donato Guerra y Valle de Chalco, pero cedió Amatepec, Tejupilco y Temamatla; mientras que el PT perdió los tres que había ganado en 2003.

En consecuencia, confirmamos que en el Estado de México el PAN y PRD se han convertido en predominantes en diversos ayuntamientos, desplazando al PRI por un periodo significativo, esto es, seis o nueve años. Municipios que podemos ubicar en dos tipos: aquellos que se remontan a 1996 (tres comicios) y los que se originan en 2000 (dos procesos electorales), haciendo la distinción que el PAN tiene un mayor número de ayuntamientos en su poder que el PRD.

Sin embargo, en las elecciones de 2009, con 93.33% de las actas computadas dentro del Programa de Resultados Preliminares del IEEM, el PRI reafirmó su triunfo en el Congreso local y en algunos municipios que gobernaban el PAN o el PRD. Por ejemplo, en Naucalpan, considerado como el bastión de Acción Nacional desde finales de la década de los ochenta, se perdió por una diferencia de 34.91% contra 42.25% a favor del tricolor; otro municipio importante es Tlalnepantla, la diferencia entre ambos partidos fue muy cerrada, 37.67% para el blanquiazul y 34.43% para el PRI; mientras que en Atizapán los tricolores

lograron reposicionarse con 34.67% contra 21.64% de los panistas; así como en Cuautitlán de Romero Rubio y Cuautitlán Izcalli, con más de 50%. Por su parte, Toluca también fue recuperado por el PRI con una considerable diferencia de 54.37% contra 28.51% del PAN.

Como es de observarse, los municipios con características urbanas, con alta densidad de población y gran desarrollo, ubicados en su mayoría, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México y de la región Toluca-Lerma, muestran una tendencia en torno al establecimiento de nuevos predomios y una débil propensión hacia la alternancia periódica.

De esta manera, son 44 los municipios de mediana alternancia con variación partidista en el poder por dos ocasiones, los cuales se encuentran esparcidos por todo el territorio del Estado y no manifiestan pautas permisibles de regionalización. En tanto, los de tipo rural de mediana alternancia, con menos de 30 mil habitantes, constituyen el mayor número de casos (47.7%), siendo los siguientes: Almoloya del Río, Apaxco, Atlautla, Axapusco, Capulhuac, Chapa de Mota, Chiautla, Huixquilucan, Isidro Fabela, Juchitepec, Mexicalcingo, El Oro, Otumba, Oztolotepec, Papalotla, San Martín de las Pirámides, Santo Tomas, Tepetlaoxtoc, Texcalyacac, Tezoyuca, Timilpan y Zacazonapan.

Los municipios mexiquenses que presentan alta alternancia política y mayor número de cambios de partido gobernante, son ayuntamientos pequeños, poco poblados, principalmente semiurbanos. De los 16, salvo Tultepec, casi todos se consideran rurales o semiurbanos y

geográficamente, no pertenecen al área conurbada de la Ciudad de México ni a la región metropolitana Toluca-Lerma, así tenemos a: Cocotitlán, Chapultepec, Huehuetoca, Ozumba, San Mateo Atenco, Tequixquiac, Tultepec, Villa Guerrero, Coyotepec, Chiconcuac, Joquicingo, San Antonio la Isla, Tenango del Aire, Tonatico y Xonacatlán.

LA ALTERNANCIA POLÍTICA EN EL MUNICIPIO DE TOLUCA A PARTIR DE 2000

Como se advierte, el PAN confirma sus asentamientos en Toluca desde 2000 con Juan Carlos Núñez Armas, en 2003 con Armando Flores, y en 2006 con Juan Rodolfo Sánchez, manteniendo con ello, una alternancia de nuevo predominio, la cual ocurre cuando un partido político de oposición (PAN) mantiene de manera consecutiva el municipio ganado, desplazando de forma permanente a la fuerza política predominante (PRI).

Aún cuando en las elecciones de 2009 el PRI recuperó Toluca con una considerable diferencia de 54.37 contra 28.51% de los panistas, originando la reincidencia política, habrá que preguntarnos ¿cuál fue el papel que jugó el marketing electoral en la política municipal?

MARKETING ELECTORAL

La idea de marketing político nace a mediados del siglo XX en el momento en que se rebasa la simple información política y se pasa a una comunicación elemental, asimismo, se incluye a la publicidad en el

proceso de comunicación, a la vez que se depura e introduce a las técnicas de marketing comercial adecuándolas a las condiciones y necesidades del ámbito político. Esto dio por resultado una estrategia de comunicación que, como se dijo anteriormente, integra diseño, elaboración y venta del producto político.

En opinión de Maarek (1997) el desarrollo del marketing político se divide en tres etapas continuas: infancia, formación y madurez. En la inicial (de 1952 a 1960) por primera vez se dedican presupuestos directos a la comunicación política, y también se diseñan los primeros spots de marketing político, en los que se usa de manera clara la asimilación del marketing comercial, pues se elabora un “producto de consumo” orientado a un público considerado potencial consumidor. Entre 1964 y 1976 se desarrolla el segundo periodo, siendo su fase adolescente; en ésta, se depura y profundiza el uso del spot (aunque los debates son olvidados por un momento) al encontrar nuevos instrumentos de carácter técnico que permiten una mayor penetración social.

A partir de 1976, el marketing político se fortalece con la reaparición del debate televisivo en Estados Unidos de la contienda electoral entre Eisenhower y Stevenson por la presidencia en 1952. Este acontecimiento marca el arribo de las técnicas del marketing comercial al ámbito de la política, al modificarse el discurso electoral y, sobre todo, el uso dado a los medios de comunicación en las campañas electorales (particularmente televisión), por un discurso y una imagen breves pero directas en los medios (ambos apoyados en

técnicas de venta comercial) que permite crear un impacto visual, con poca carga discursiva.

Sin embargo, la televisión fue usada por los contrincantes con fines de publicidad negativa, siendo hasta las campañas de John F. Kennedy y Richard Nixon cuando se da por primera ocasión, un debate televisado para contar con un electorado más informado.

En el caso del Estado mexicano, es en los ochenta cuando suceden una serie de cambios en su estructura y lógica interna, ya que al iniciar su inserción en un proyecto político económico de tipo neoliberal, paulatinamente pierde diferentes elementos, piezas o instrumentos que, a la larga, originan su incapacidad para legitimarse y que con el tiempo lo han debilitado como representante social. Igualmente, en el momento en que se acota su poder económico y sus mecanismos clientelares e instrumentos de intervención y control social que brindaban soporte electoral y legitimidad social a su gestión de gobierno, el partido también los pierde, por lo que entra en crisis el voto clientelar, debilitándolo sensiblemente en su habilidad electoral y orillándolo a buscar nuevos métodos para captar votos, principalmente, a través del marketing político.

Así, lo que en otros tiempos fue simple prueba, actualmente se está convirtiendo en algo poco menos que vital para sacar adelante una candidatura. Mientras que antaño las campañas electorales se ganaban mediante la capacidad de convocatoria, la movilización de los partidos, la estructura clientelar, hasta los diferentes métodos de fraude electoral; ahora, la

publicidad, los sondeos de opinión y el manejo de los medios de información bajo principios de mercado, combinado con los efectos en el electorado de un proceso de elección interna, son los que inclinan el fiel de la balanza en favor o en contra de una postulación, particularmente encaminado al votante indeciso, quien a última hora, decide el éxito o el fracaso de un candidato determinado.

Analizando todo lo anterior, los partidos políticos tomaron como base el marketing de los empresarios por la necesidad de llegar a los votantes de una manera más directa y dar a conocer sus principios y sus candidatos. Es por ello que todas sus campañas se basan en las exigencias de los votantes, toda vez que el marketing político surgió, inicialmente, como la metáfora idónea para ilustrar una política más profesional y menos jerárquica; a través de la cual, se han de presentar tres características importantes que los partidos recabarán: el producto político, la organización política, y el mercado electoral.

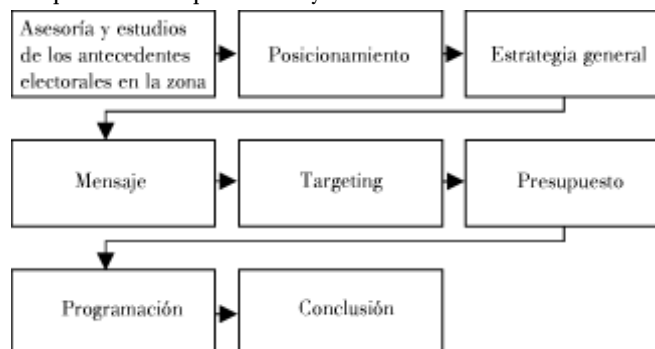
Desde esta perspectiva, se concibe al marketing electoral como una práctica sustentada en la información disponible

sobre el mercado electoral, con el propósito de satisfacer las demandas de los votantes. Es así que hoy en día los partidos políticos recurren cada vez más a consultores especializados, con el objetivo de ganar votos y retener el apoyo de los propios miembros del partido.

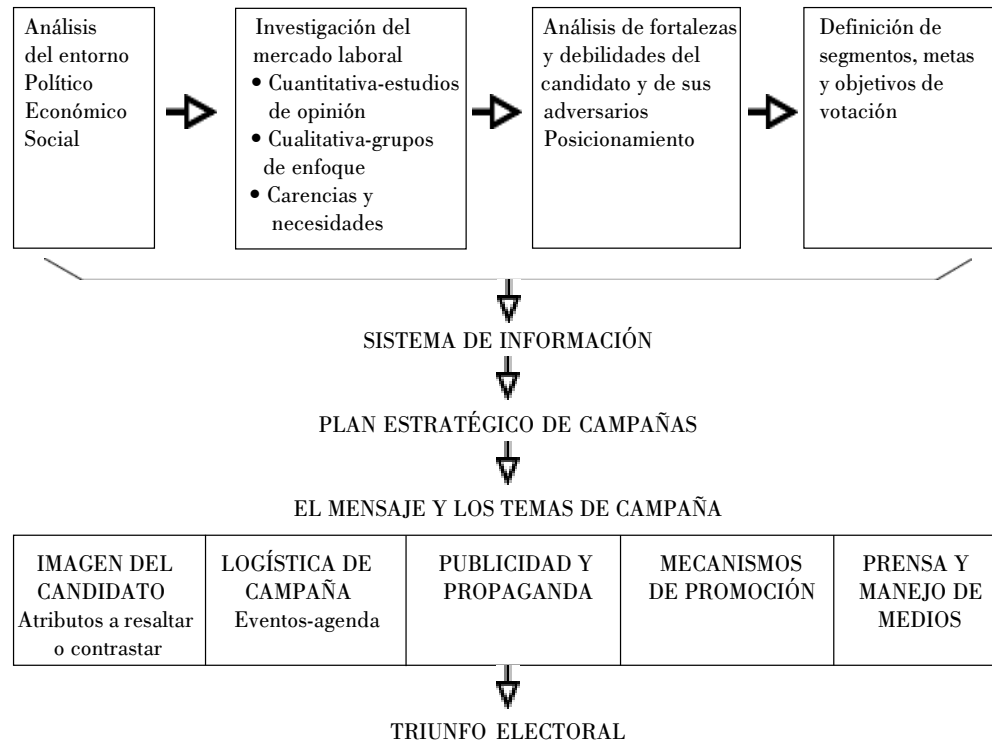
Las campañas políticas modernas se caracterizan por asistirse de los medios de comunicación, lo que da incidencia, frecuencia, cobertura, don de ubicuidad a los candidatos y posibilidades inmensas de promoción; pues si antes lanzaban mensajes como perdigones, hoy las armas deben tener exactitud milimétrica y penetrar en la mente de los electores.

Actualmente, en México vivimos una situación inédita. Desde las elecciones de 2000, la lucha y la conquista del poder político se libran a través de los diferentes medios de comunicación, basados en estrategias comunicativas de campaña con las que todo partido político debe contar, con el objetivo de propiciar que todas las actividades de campaña sean parte de un plan estratégico, con una razón de ser y la definición del segmento del mercado electoral (target) al cual se dirige.

Un plan de campaña incluye:



Lo cual se realiza mediante una “planeación estratégica de campaña”



IMPACTO DEL MARKETING ELECTORAL EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES

La competencia por el poder entre los partidos políticos, la presencia de diversos factores en el sistema político, prevaleciendo el desarrollo de los medios de comunicación tanto técnico como de competencia, la pluralización de las ofertas políticas y la competitividad indispensable en las contiendas electorales, el avance en la legislación que reglamenta los procesos electorales, y por último, la aplicación de precampañas o campañas electorales de selección de candidatos al interior de los

partidos, hacen que hoy, lo que inclina el fiel de la balanza en favor o en contra de una candidatura, determine las preferencias políticas y en particular la importancia adquirida por los medios de comunicación, instituidos como el nuevo espacio público y lugar privilegiado de la política. Todo lo anterior, son elementos que han sido determinantes en la aparición del marketing político.

Como ejemplo, basta señalar las elecciones de 2006 en Toluca, compitiendo Juan Rodolfo Sánchez por el PAN y Luis Miranda Nava por el PRI. En esta época, el marketing electoral tuvo bastante auge en

los dos partidos, ya que ambos realizaron diferentes spots en televisión y radio destacando la imagen de los candidatos al resaltar sus características de seguridad, empatía y carisma. Asimismo, se utilizaron estrategias de campaña con la finalidad de lograr el posicionamiento de la comunidad adulta y jóvenes a través de programas como 70 y más, que otorgaba de manera mensual 500 pesos a las personas de más de 70 años; las caravanas artísticas que contaban con la participación de adultos y jóvenes; otro proyecto fue la acción juvenil, cuyo objetivo era fomentar la participación de los jóvenes para el logro de sus metas, así como programas de trabajo y realización de diferentes actividades; con el propósito de atraer el voto de los ciudadanos en el municipio. Y qué decir de las elecciones de 2009, donde sin duda el triunfo del PRI se debió en gran parte al empleo de varios medios de comunicación, así como de estrategias específicas con los votantes y la entonces candidata María Elena Barrera Tapia.

Es así como nuevamente se observa el impacto que tiene el marketing electoral en nuestro municipio y en muchos del Estado de México. A través de una colección de métodos utilizados se intenta producir un conocimiento que ha de determinar futuras acciones que buscan: encontrar la mejor acción para satisfacer un grupo de creencias y necesidades específicas; conformar el mejor argumento posible ante la evidencia obtenida y recoger un número suficiente de ellas, dado que la decisión de los votantes es por el candidato que tiene notable presencia

ante la sociedad, y mayores posibilidades de resolver o cumplir las demandas de la sociedad que va a dirigir.

CONCLUSIONES

“El sistema electoral mexicano es clasista e histórico, se relaciona directamente con las necesidades de legitimación del poder público, surge en la colonia, resume el democratismo del mexicano y es a la vez la síntesis de las conquistas políticas que va alcanzando el ser humano” (Martínez, 1997: 13), lo cual permite que los ciudadanos a través del sufragio puedan elegir al partido que más satisfaga sus expectativas, mediante un proceso electoral legitimado que regula etapas secuenciales para el registro de los partidos y su respectivo candidato, la preparación de la elección, la jornada electoral y la declaración de validez del candidato ganador. La alternancia política en México es muy reciente, toda vez que el poder permaneció en un solo partido, el PRI. Sin embargo, a través de los años y a raíz del desarrollo político, el pueblo mexicano ha considerado votar por otros partidos en elecciones federales, estatales y municipales, tomando en cuenta la imagen del candidato, así como la supuesta solución a sus necesidades, dejándose influenciar por la propaganda (cubetas, camisetas, utensilios, etc.) que el partido político maneja en su campaña.

Con el transcurso del tiempo, las elecciones en nuestro país han cambiado. Antes, campañas en las que de manera sencilla se daba a conocer a los ciudada-

nos lo fundamental de cada partido para lograr un triunfo; actualmente, la competencia por el poder, y en particular, la gran influencia de los medios de comunicación instituidos como nuevo espacio público y lugar privilegiado de la política han sido elementos determinantes en la aparición del marketing político.

Los partidos políticos utilizan el marketing como vía para llegar a los ciudadanos de una manera más directa, para dar a conocer sus principios y sus candidatos, por lo que todas sus campañas se basan en las necesidades de los votantes. De esta manera, cada partido debe contar con un plan de campaña que comprenda su plataforma política, que cubra las demandas de los electores, estrategia general, mensaje para lograr el posicionamiento y por ende el triunfo electoral. Todo lo anterior lo ha de lograr teniendo al mejor candidato, aquel que cumpla con las expectativas de los votantes.

A raíz del triunfo de partidos distintos al PRI en las diferentes esferas públicas, esto es, la presidencia, gubernaturas y municipios, la alternancia política emergió como uno de los temas de mayor relevancia en la década de los noventa. Como es de notarse dicha alternancia se da en los municipios de mayor población y urbanos; asimismo, a raíz de que los partidos políticos han adoptado al marketing como una herramienta básica en sus campañas, con el objetivo de mostrar al candidato aparentemente idóneo para solucionar todas las necesidades y problemas de determinada población.

BIBLIOHEMEROGRAFÍA

Barthes, Roland (1970), *Retórica de la imagen en la semiología*, Buenos Aires, Tiempo contemporáneo.

Becerril, René Roberto (1987), *Sistema político y la democracia en el Estado de México*, Toluca, UAEM.

Carrillo Prieto, Ignacio (1981), "Reformas electorales y Reforma Política" en *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, año XIV, núm. 40, México, Tiempo Contemporáneo, p.50.

Castillo G. (2007), *La imagen del candidato*, s/f, en <http://apccconsultores.blogspot.com/2007/02/la-imagen-del-candidato.html>, consultado 10 de diciembre 2009.

Cedillo Delgado, Rafael (2006), "La alternancia en los municipios del Estado de México" en *Revista Espacios Públicos*, año 9, núm. 18, Toluca, UAEM, Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, p. 122.

Comisión Estatal Electoral (CEE) (1998), *Curso de introducción: El sistema electoral mexicano*, Toluca, IFE.

Instituto Federal Electoral (IFE), en <http://www.ife.org.mx>, consultado el 16 de octubre de 2009.

Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) (2005), *Código Electoral del Estado de México*, Toluca, IEEM.

Juárez, Julio (2003), "Hacia un estudio del marketing político: limitaciones teóricas y metodológicas" en *Revista Espiral*, vol. 9, núm. 27, México, Universidad de Guadalajara, p. 57.

- Lord, Acton (1999), *Ensayos sobre la libertad y el poder*, Madrid, Unión Editorial.
- Maarek, Philippe J. (1997), *Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política*, España, Paidós.
- Martínez Nateras, Arturo (1979), *El sistema electoral mexicano*, México, Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Partido Acción Nacional (PAN) (1996), *Estatutos*, México, PAN.
- (2006), *Plataforma electoral*, s/f en www.plataforma2006.pan.org.mx, consultado el 12 de enero de 2010.
- Partido de la Revolución Democrática (PRD) (2004), *Plataforma política*, México, PRD.
- Partido Revolucionario Institucional (PRI), *Documentos básicos*, México, PRI.
- Sartori, Giovanni (2005), *Partidos y sistemas de partidos: Marco para un análisis*, 2a ed., México, Alianza Editorial.
- Trout, Jack y Steve, Rivkin (1996), *El nuevo posicionamiento*, México, Mc Graw-Hill.