

0046244



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**"FUNCIONES Y CARACTERISTICAS DEL DISCURSO
ELECTORAL EN MEXICO (1920-1994)".**

T E S I S

**PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN CIENCIA POLITICA
P R E S E N T A :
CITLALI VILLAFRANCO ROBLES**



ASESORA: MTRA. MA. DEL CARMEN SOLORIZANO MARCIAL

MEXICO, D.F.

JUNIO, 2002

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*A mis padres, Gloria y
Jesús porque son lo
mejor de mi vida.*

Agradecimientos

Mi más profundo agradecimiento a la Dirección General de Asuntos del Personal Académico (DGAPA) de la Universidad Nacional Autónoma de México por el apoyo que me brindó para la realización de este trabajo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Hago extensivo mi agradecimiento a la Mtra. Carmen Solórzano, directora de esta tesis, por su guía y ejemplo permanentes; al Dr. Enrique Suárez-Iñiguez por el privilegio de ser su alumna y por haber aportado comentarios críticos y constructivos a este trabajo.

Asimismo, al Dr. Víctor Muñoz Patraca, por su preocupación en mi formación académica pero sobre todo, por su extraordinaria calidad humana; a la Dra. Yolanda Meyenber Leyceguí por sus comentarios al proyecto de investigación y al trabajo final.

A los Doctores Silvia Molina y Vedia y Francisco Reveles Vázquez quienes con sus comentarios y sugerencias enriquecieron la tesis.

Esta investigación esta en deuda con múltiples instituciones y personas que me permitieron consultar el valioso material histórico: El fideicomiso Archivo Plutarco Elías Calles y Fernando Torreblanca, El Centro de Estudios de Historia de México, el área de acervos históricos de la Universidad Iberoamericana, la Fundación Miguel Alemán, El Archivo General de la Nación, el Centro de Estudios de la Revolución Mexicana, el Centro Nacional de Información Documental del Partido Revolucionario Institucional Adolfo López Mateos, la biblioteca del Colegio de

México, La biblioteca del Instituto Federal Electoral, y por supuesto las bibliotecas de La Universidad Nacional Autónoma de México la biblioteca Isidro Fabela de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, la biblioteca Central y la biblioteca del Instituto de Investigaciones Jurídicas, a todos ellos mi más amplio reconocimiento.

Por su constante preocupación, toda mi gratitud a mi hermana Sandra Villafranco y a su familia: Antonio Chacón, Mariana y Fernanda.

Les agradezco a todos los que me han brindado su amistad y me han permitido recorrer este camino gozando de su compañía: Luis Eduardo Medina Torres cuyos comentarios y críticas fueron muy enriquecedores, a Norma Gómez Méndez, Julieta Marcón Vega, Aidé Hernández y Yoloxochilt Rodríguez de Paz.

A Víctor A. López López por todo el apoyo y la confianza en que lo lograría.

Indice

Introducción	3
Capítulo 1 Características de los discursos electorales 1920-1994	13
1.1. Marco Jurídico de los discursos electorales 1920-1994	13
1.2. Funciones de los discursos electorales 1920-1994	27
Capítulo 2 Discurso de campaña electoral 1920-1994	32
2.1. Discurso retórico 1920-1994	32
2.1.1. Funciones de los discursos	32
2.1.2. La historia y los héroes	54
2.1.3. El presidente y la democracia	67
2.2. Ofertas de campaña electoral 1920-1994	80
2.2.1. Las Promesas	80
2.2.2. Compromisos	90
Capítulo 3 Entorno de los discursos 1920-1994	100
3.1. Variables de los discursos electorales 1920-1994	100
3.2. Lugares en los que se presentaron los discursos 1920-1994	115
3.3. Sectores sociales ante los que se presentaron los discursos 1920-1994	132
Conclusiones	167
Anexo	174
Bibliografía	192

Introducción

El proceso electoral federal de 1994 puso en evidencia la importancia que cada vez más adquirirían la acción discursiva de los candidatos a un puesto de representación popular. Esta investigación pretende insertarse en la discusión sobre la importancia y las técnicas más adecuadas para el estudio de las acciones discursivas, para ello propongo un modelo de análisis que aplico al estudio de los discursos de los candidatos ganadores de la presidencia de 1920- 1994.

El objeto de estudio de esta investigación son los discursos políticos de campaña electoral pronunciados por los candidatos presidenciales que resultaron electos de 1920 a 1994. Buscamos resolver la siguiente pregunta: ¿cuáles han sido los contenidos, características y funciones de los discursos electorales de 1920 a 1994? Propongo una respuesta a esta interrogante aplicando un modelo de análisis para los discursos electorales.

La hipótesis de esta investigación es que los discursos políticos de campaña electoral tienen cambios en sus contenidos que reflejan las características del régimen y que se van adaptando a las necesidades y transformaciones del propio régimen político. El periodo de análisis comprende de la formación del sistema post-revolucionario con la primer campaña electoral de este sistema: Álvaro Obregón (1919-1920), hasta la campaña de Ernesto Zedillo Ponce de León (1994).

Para llevar a cabo el análisis del discurso político de las campañas electorales encontramos que de las escuelas de análisis del discurso, tres respondieron a las necesidades de nuestro estudio y fueron la base para construir el modelo de análisis de nuestra investigación. En primer lugar consideramos la escuela de la Retórica con

Aristóteles¹, que concibe al discurso como una relación estrecha entre el poder y el lenguaje. De este autor retomamos dos planteamientos: aquel que quiera obtener el poder debe tener dominio del lenguaje, además, todo discurso político tiene el objetivo de persuadir, de lograr la adhesión popular y de convencer al auditorio, de acuerdo a las necesidades del orador.

En segundo lugar que todo discurso se desenvuelve en dos campos de acción fundamentales: el racional y el emotivo; el orador se mueve en ambas dimensiones. El campo racional aspira a que la emisión del voto sea de manera razonada, que los ciudadanos realicen una evaluación sobre la conveniencia de favorecer a uno u otro candidato de acuerdo a su programa político. El emotivo aspira a que los electores se identifiquen con ellos apelando a sus emociones; a éste último lo hemos clasificado como discurso retórico.

De la semiótica cuyo representante es A. J. Greimas², se retomó la importancia fundamental del contexto en que se desarrolla el discurso político. Por último, se eligió la escuela de análisis de contenido, desarrollada en Estados Unidos, la cual se concentra más en el mensaje del texto que en la forma en que es pronunciado. La idea básica del análisis de contenido es establecer categorías que permiten fraccionar el discurso para su análisis, lo que nos permitió procesar la gran cantidad de información con que se contaba.

Para este trabajo definimos como discurso político de campaña electoral al discurso pronunciado por un individuo que aspira a un cargo de representación popular durante un proceso electoral. Su rasgo distintivo es la constante formulación de promesas a la

¹ Aristóteles, *La Retórica*, España, Gredos, 1990, 626 pp.

² Greimas A.J., *Semiótica, Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1982, 438 pp.

población para tratar de obtener sus votos, prometiendo satisfacer expectativas de orden general.

Con los distintos elementos de cada escuela diseñamos el modelo de análisis para estudiar los discursos de campaña electoral de Álvaro Obregón en 1920 a Ernesto Zedillo en 1994, analizando los contenidos de los discursos que comprenden estas 15 campañas electorales. Debemos reiterar que el objeto de estudio de esta investigación son los discursos de campaña electoral, discursos pronunciados en ese periodo excepcional que dura como máximo 11 meses cada seis años y que es excepcional porque el poder del ejecutivo saliente declina y se reagrupan las fuerzas políticas.

La unidad de análisis con la que trabajamos fue la pieza discursiva, es decir, cada uno de los discursos de campaña electoral localizados de cada uno de los candidatos. Para su estudio establecimos variables que nos permitieran aplicar los mismos parámetros de revisión a cada uno de ellos.

Iniciamos con las variables que se refieren al análisis del contexto: número de discursos pronunciados por candidato, partido que postuló a cada uno de ellos y duración de las campañas electorales. Es importante resaltar que para el análisis del discurso es fundamental conocer el marco que lo acota y determina; por esta razón, como parte del entorno, se incluyó la legislación electoral en lo referente a la regulación de los discursos políticos de campaña electoral.

Para el análisis del discurso fijamos dos dimensiones: la del discurso retórico y la del discurso racional, por las connotaciones que tiene éste último término simplemente lo denominé como oferta de campaña electoral.

En el discurso retórico fijamos las siguientes temáticas: lo que los candidatos consideraban como las funciones de sus mensajes de campaña electoral, las peticiones que hacían de los votos, sus opiniones y declaraciones sobre los partidos de oposición, buscamos las referencias a la historia y a los partidos que los postularon, por último, estudiamos la manera en que los candidatos se relacionaban con el presidente en turno y la forma en que se referían a la democracia.

En cuanto al discurso de oferta de campaña electoral establecimos dos temáticas: los compromisos y las promesas que a su vez fueron divididas en sociales, políticas y económicas. Otros elementos tomados en cuenta son los que tienen que ver con los espacios en que se desenvolvía el discurso, es decir, los lugares en los que se presentaban y los sectores sociales ante los que se pronunciaban.

El total de piezas discursivas revisadas para esta investigación fueron 4,797 discursos localizados, a los cuales se les aplicó el modelo de análisis antes descrito. Cabe señalar que el número de mensajes pronunciados por cada candidato varía de acuerdo a la intensidad de su campaña, la capacidad técnica con la que se contaba para recopilar la información y por las posibilidades de localizar el material. El número de textos es tan variable como los 12 discursos localizados de Manuel Ávila Camacho y los 906 de Carlos Salinas de Gortari.

Para el análisis del gran número de material con el que se trabajó en esta investigación, fue necesario apoyarnos en recursos técnicos. Se tuvo que sistematizar la información y desarrollar una base de datos con las variables por candidato y por campaña. En esta base consideramos los elementos de análisis mínimos: lugares en que eran

pronunciados los discursos, ciudades, estados, sectores ante los que los pronunciaban, entre otros, sin este apoyo técnico hubiera resultado imposible el manejo de la información.

En la investigación incluimos dos tipos de análisis cuantitativo y cualitativo. El primero que es el de las variables de los discursos electorales de 1920 a 1994 para lo cual analizamos los 4,797 discursos localizados; un número tan elevado de textos hacía imposible que, en lo que se refiere a los contenidos se revisaran cada uno.

Por ello, para el análisis cualitativo que estudia el contenido de los discursos, decidí recurrir a la elección de candidatos tipo. Esta forma de trabajo tuvo la virtud de permitir el manejo, el análisis detallado y la comprensión del fenómeno de los mensajes de campañas electorales en el México post-revolucionario.

Los discursos de campaña electoral que hemos seleccionado para esta investigación son los pronunciados por los candidatos a la presidencia que fueron electos, es decir, los candidatos del PNR, PRM, PRI; en total, los discursos de 15 campañas electorales: Álvaro Obregón (1920, 1928), Plutarco Elías Calles (1924), Pascual Ortíz Rubio (1929), Lázaro Cárdenas del Río (1934), Manuel Ávila Camacho (1940), Miguel Alemán Valdés (1946), Adolfo Ruiz Cortines (1952), Adolfo López Mateos (1958), Gustavo Díaz Ordaz (1964), Luis Echeverría Álvarez (1970), José López Portillo (1976), Miguel de la Madrid Hurtado (1982), Carlos Salinas de Gortari (1988) y Ernesto Zedillo Ponce de León (1994).

En estas 15 campañas electorales se observaron dos excepciones importantes; la reelección y posterior asesinato de Álvaro Obregón en 1928, que obligó a realizar una elección extraordinaria en 1929 en la que fue candidato Pascual Ortíz Rubio y la campaña electoral de 1994, en la que el candidato Luis Donaldo Colosio Murrieta fue asesinado y se

nombra candidato a Ernesto Zedillo Ponce de León. Salvo estas dos excepciones, las campañas políticas en México transcurrieron con regularidad.

Para la selección de los candidatos tipo consideramos dos características: individuos cuya candidatura representó un cambio político importante o candidatos que antes de iniciar su campaña se realizó una reforma electoral previa.

Los candidatos tipo seleccionados fueron: Álvaro Obregón (1920), quien fue un caudillo pero también participó e inició el proceso de institucionalización, fue electo de acuerdo a la ley electoral reformada del 25 de mayo de 1920; Pascual Ortiz Rubio (1929), fue el primer candidato postulado por el Partido Nacional Revolucionario; Lázaro Cárdenas del Río (1934), cuya campaña significó una ruptura y una nueva concepción de la política, fue electo de acuerdo a la norma reformada de 24 de noviembre de 1931; Miguel Alemán Valdés (1946), fue el primer candidato del Partido Revolucionario Institucional, electo con la ley electoral del 7 de enero de 1946; Gustavo Díaz Ordaz (1964), su campaña fue la última del periodo de la consolidación y fue electo con la reforma Constitucional del 20 de junio de 1963; Luis Echeverría Álvarez (1970), electo a partir de las reformas electorales del 29 de enero de 1970 e inició la política populista; Carlos Salinas de Gortari (1988), electo con las reformas electorales del 6 de enero de 1988, fue candidato en condiciones inéditas de disputa electoral; Ernesto Zedillo Ponce de León (1994), electo de acuerdo con las reformas al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales de 1994, fue candidato ante condiciones de competencia electoral.

Los discursos de estos candidatos además de cumplir con las variables establecidas, fueron seleccionados porque su estructura y armado pueden ser generalizables, es decir,

marcaron una época en la forma de hacer discursos, por ejemplo, los discursos de Alvaro Obregón en 1920 fueron reproducidos por Plutarco Elías Calles en 1924 y por el mismo Obregón en 1928; los discursos de Miguel Alemán en 1946 fueron repetidos por Adolfo Ruíz Cortines en 1952 y Adolfo López Mateos en 1958; los mensajes de Luis Echeverría Álvarez fueron replicados por José López Portillo, es decir, sus discursos marcaron una época en cuanto a las formas de comunicación política.

Los candidatos que quedaron fuera de esta selección de candidatos tipo son: Plutarco Elías Calles (1924), Álvaro Obregón (1928), Manuel Ávila Camacho (1940), Adolfo Ruíz Cortines (1952), Adolfo López Mateos (1958), José López Portillo (1976) y Miguel de la Madrid Hurtado (1982).

En cuanto a los materiales, en la mayoría de los casos, los mensajes fueron publicados por el partido que postulaba a los candidatos. Desde Pascual Ortiz Rubio hasta Ernesto Zedillo los discursos eran recopilados y publicados por alguna instancia del partido, ya sea a través del Instituto de Capacitación Política, la Secretaría de Información o Propaganda, o del Comité Ejecutivo Nacional del PRI. En estos casos se revisó todo el material publicado por el partido. En el caso de Álvaro Obregón fue la biblioteca de la Dirección General de Educación Militar la que publicó los discursos de sus dos campañas.

En el caso de los candidatos que finalizaron su cargo como jefes del ejecutivo siendo aún jóvenes, ellos mismos escribieron sus memorias y cuidaron la publicación de este material, tal es el caso de Miguel Alemán Valdés. Un caso distinto, pero que igualmente nos permitió contar con abundante información fue el de Plutarco Elías Calles,

en cuyo fideicomiso se preserva el material histórico y se continúa investigando su actividad política.

En el caso de Lázaro Cárdenas, el material editado por el PRI³ es totalmente distinto del resto de las publicaciones, los discursos fueron publicados de manera segmentada. En cuanto a su biografía, epistolario, diario y otras publicaciones solamente aparecen unos cuantos de los discursos que pronunció como candidato a la presidencia. De la campaña de 1934, la información que se localizó fue muy poca, en total 19 discursos.

En cada caso los materiales son muy distintos, a pesar de este problema preferimos hacer la selección de candidatos tipo, basándonos en la representatividad de las campañas y no en la posibilidad de contar con todos los discursos pronunciados por los candidatos.

Estas ausencias de materiales pudieron ser suplidas con la consulta de periódicos, pero metodológicamente era inviable consultar dos fuentes distintas y aplicarles los mismos parámetros de medición y de análisis. Por lo tanto, decidimos trabajar únicamente con las fuentes directas, con los discursos originales de los candidatos y con la transcripción que sobre estos discursos existe.

Los acervos consultados para esta investigación fueron: el Fideicomiso Archivo Plutarco Elías Calles y Fernando Torreblanca, el Centro de Estudios de Historia de México, el área de acervos históricos de la Universidad Iberoamericana, la Fundación Miguel Alemán, el Archivo General de la Nación, el Centro de Estudios de la Revolución Mexicana, el Centro Nacional de Información Documental del Partido Revolucionario Institucional "Adolfo López Mateos", la biblioteca del Colegio de México, la biblioteca del

Instituto Federal Electoral y por supuesto, las bibliotecas de la Universidad Nacional Autónoma de México: la Isidro Fabela de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, la biblioteca Central y la del Instituto de Investigaciones Jurídicas.

El análisis de los 4,797 discursos me llevaron a agruparlos en cuatro momentos que son: los discursos entre 1920-1934 que corresponden a la formación del régimen; 1940-1964 que corresponden a la consolidación del partido hegemónico; los mensajes pronunciados durante 1970-1982 que son los del lapso de cambio; y 1988-1994 que corresponde a la liberalización y la competencia electoral, utilizaremos este orden en la exposición; aunque esta es la periodización básica, hay dimensiones analizadas que no corresponden a estos cortes temporales.

Durante la formación del régimen, la influencia de los candidatos los llevaba a destacar de manera personalista su participación y triunfos en la revolución; con la consolidación del régimen y en la época del cambio los candidatos recurrían a la imagen de la revolución representada por el Partido Revolucionario; en los discursos de la liberalización, los candidatos buscaron el apoyo social apelando al respeto de las reglas democráticas. Así podemos observar que, en México, la finalidad de la campaña electoral era darle credibilidad al mandato⁴, este objetivo ha dependido del contexto político y de las

³ El Partido de la Revolución Mexicana que postuló a Lázaro Cárdenas no publicó sus discursos, la edición la realizó posteriormente, el Partido Revolucionario Institucional.

⁴ Para este trabajo fue necesaria una definición que abordara la legitimidad desde el punto de vista del ejercicio del poder "La legitimación se presenta de ordinario como una necesidad, cualquiera que sea la forma del estado. Numerosas investigaciones sociológicas han probado, por ejemplo, que el fenómeno de la manipulación del consenso existe también en los regímenes democráticos...

La legitimidad designa al mismo tiempo una situación y un valor de la convivencia social... en cualquier manifestación histórica de la legitimidad brilla siempre la promesa, presentada hasta ahora como irrealizada, de una sociedad justa en que el consenso, que constituye su esencia puede manifestarse libremente sin interferencia del poder y de la manipulación y sin mistificaciones ideológicas"

Bobbio Norberto (Comp.) *Diccionario de política*, T. II, México, Siglo Veintiuno editores, 1982, p. 896-897

condiciones de competencia.

El trabajo está dividido en tres capítulos, en el capítulo uno se revisa uno de los factores externos que configuran al discurso: la legislación electoral, en lo que se refiere a las campañas electorales y las funciones de estos discursos. En el capítulo dos se revisan los contenidos de los discursos de campaña; en el discurso retórico de los candidatos tipo consideramos las siguientes variables: declaraciones sobre los héroes y la historia, el presidente de la república, el partido que los postuló, la oposición y la democracia. En el apartado de oferta de campaña abordamos las promesas y compromisos de los candidatos tipo.

En el capítulo dos que trata sobre el contenido de los discursos de los candidatos tipo, se incluyen citas textuales que señalan las frases, que desde nuestro punto de vista son las que mejor representan la opinión y posición de los candidatos con respecto al tema analizado, esto no quiere decir que fueron las únicas que pronunciaron, son una muestra. En los casos en que la frase citada es la única expresión de los candidatos se aclara en la redacción del trabajo.

Por último, en el capítulo tres revisamos el marco en el que se desarrollaron los discursos, es decir, el partido que postuló a los candidatos, la duración de cada una de las campañas, el número de discursos pronunciados en ellas; los lugares y los sectores sociales ante los que fueron presentados los discursos.

Capítulo 1

Características de los discursos electorales 1920-1994

1.1. Marco Jurídico de los Discursos Electorales 1920-1994

Una de las características más relevantes del régimen político mexicano es que a pesar de la certeza sobre los resultados electorales, las elecciones nunca se cancelaron, los candidatos que resultaron triunfadores realizaban una campaña electoral larga y extensa. La sola existencia de estas campañas las convierte en un dato relevante ya que la organización de elecciones supone un Estado que contempla y regula estos procesos, y un gobierno capaz de ejecutarlos.

Se podría argumentar que por la falta de competencia y por los fraudes electorales no vale la pena revisar las campañas electorales de 1920-1994, pero los fraudes electorales hablan de una distribución desigual del poder, porque el gobierno, su partido y las instituciones no deciden cancelar las elecciones, lo mismo por razones de imagen en el ámbito internacional, por respeto a preceptos históricos o legales, que por incapacidad para controlar la resistencia al interior del propio régimen. En todos los casos, no tienen la fuerza para superar estos problemas, pero sí para intervenir en el proceso, de tal manera que los resultados les sean favorables, lo que también supone capacidad de organización.

El régimen político en el que se desarrollaron las campañas electorales de 1920-1994, fue un régimen no competitivo, las giras electorales se realizaron con perfecta regularidad, sin duda, porque sus funciones dentro del régimen eran otras, además de la de

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

disputar los votos. Las campañas electorales permitían consolidar el apoyo de las distintas corrientes nacionales y propiciaban el acercamiento de los ciudadanos con los candidatos, disminuían los conflictos entre las clases políticas nacionales, alentaban el conocimiento de la realidad nacional por parte de los candidatos y revitalizaban la estructura partidaria. Dependiendo de las necesidades del contexto nacional, las campañas electorales buscaron resolver cada uno de estos conflictos.

Las normas jurídicas que regularon las campañas y los discursos de 1920-1934, eran tan generales que no suponían ninguna restricción, la reglamentación sobre los partidos políticos era breve y no se mencionaban las campañas electorales. Esto fue posible debido a la falta de competitividad, los conflictos no se dirimían en la arena electoral, la competencia era reducida y las campañas suponían muy poca actividad proselitista. El régimen no buscaba su legitimidad a través de la competencia. Los candidatos recorrían el país para que la población conociera al futuro presidente. La campaña era el recorrido del triunfo.

De 1920, año en el que se realizó la campaña electoral de Álvaro Obregón, a 1934 cuando el General Cárdenas hizo su campaña, hubo varias leyes y reformas que modificaron sus contenidos: Decreto del Ciudadano Jefe Interino del Ejército Liberal Constitucionalista del 25 de mayo de 1920, decreto que reforma la Ley Electoral del 2 de julio de 1918, del 24 de diciembre de 1921 y el decreto que modifica los Artículos 14 y 15 de la Ley para Decretos que reforma el artículo 14 y 15 de la Ley para Elecciones Federales del 24 de noviembre de 1931. Estas reformas se concentraron en otros temas y no en lo que se refiere a las campañas y los discursos electorales.

Durante el desarrollo de estas campañas electorales la legislación electoral no las regulaba, aparentemente con esta legislación abierta se buscaba alentar la participación ciudadana porque no se mencionaban las campañas electorales e incluso su legislación en torno a los partidos políticos era muy breve. Las limitaciones para las actividades de los partidos políticos fueron prácticamente inexistentes: se formaban con pocos simpatizantes, no se les pedía que cumplieran con actos de campaña, ni con la elaboración de documentos, tampoco se determinaban los contenidos de estos y para nada se reglamentaban sus actividades de campaña ni propaganda política⁵.

Esta falta de límites resultó muy conveniente al régimen porque las posibilidades de vencer a los prestigiados caudillos revolucionarios eran muy reducidas, tanto como la posibilidad de que alguien se opusiera con éxito a todo el aparato del Estado puesto al servicio de las campañas de los candidatos postulados por el PNR- PRM.

Con las características que esta legislación dio y permitió a las campañas electorales, queda claro que sus funciones no eran la búsqueda del triunfo electoral, mismo que estaba garantizado por la fuerza del sistema y amparado en una legislación que no regulaba, limitaba o eliminaba las condiciones de inequidad en las campañas electorales, lo que permitía que los caudillos, y posteriormente los candidatos del PNR, disfrutaran de una total libertad para disponer de recursos monetarios y materiales de origen público y privado.

⁵ Ley Electoral del 6 de febrero de 1917.

La campaña electoral de Manuel Avila Camacho en 1940 se normó con la misma ley de la elección del presidente Cárdenas⁶. Fue la campaña electoral de Ezequiel Padilla en 1946 y la de Miguel Henríquez Guzmán en 1952 las que pusieron en evidencia el poder ascendente del espacio electoral⁷. Este fortalecimiento de la oposición se reflejó en cambios en las leyes electorales que buscaron limitar la participación de los partidos, exigiéndoles como requisito, constituirse como organizaciones nacionales para poder participar en procesos electorales.

A la aparición de movimientos opositores, y a la nueva importancia del espacio electoral, inmediatamente correspondió una reforma electoral. La Ley Electoral Federal del 7 de enero de 1946 fue la primera que reguló la formación de los partidos políticos y que les impuso restricciones al determinar las características de sus declaraciones de principios, de sus estatutos, así como de los órganos directivos que debían integrarlo. Todo con el fin de controlar su crecimiento y las características de sus campañas y discursos electorales, se estableció que:

Artículo 24. - Para la Constitución de un Partido Político Nacional, serán necesarios los siguientes requisitos:

I. Contar con número de asociados no menos de treinta mil en la República, siempre que, por lo menos, en las dos terceras partes de las Entidades Federales se organice legalmente con no menos de mil ciudadanos en cada una...⁸

⁶ Decreto que modifica los artículos 14 y 15 de la Ley que reforma el artículo 14 y 15 de la Ley de Poderes Federales del 24 de noviembre de 1931.

⁷ En 1946 Ezequiel Padilla es postulado por el Partido Democrático Mexicano y obtuvo el 19.32% de votos frente a Miguel Alemán quien obtuvo 77.87%. Con Miguel Henríquez Guzmán, candidato de la Federación de Partidos del Pueblo Mexicano continúa esta tendencia al obtener 15.88% de votos frente al 74.31% obtenido por Adolfo Ruiz Cortines. Carlos, Martínez Assad, "La sucesión presidencial en México", en revista "Nueva Imagen", México. p.28

⁸ Antonio, García Orozco, *Legislación Electoral Mexicana 1812-1977*, México, Gaceta Informativa de la Comisión Federal Electoral, 1978, p. 298

En la ley de 1951 la normatividad sobre la propaganda electoral apareció por primera vez en la legislación electoral mexicana en el capítulo IX de las Garantías y recursos:

Artículo 125. - La propaganda electoral estará sujeta a las siguientes reglas:

I. Se prohíbe el empleo de símbolos, signos o motivos religiosos;

II. Se prohíben las expresiones verbales o escritas contrarias a la moral, o que inciten al desorden;

III. No se permitirá el empleo de los pavimentos de las calles, calzadas o carreteras y de las aceras y cordones respectivos, y el de las obras de arte y de los monumentos públicos para la fijación o inscripción de la propaganda.⁹

Era incipiente pero ya se iniciaba la reglamentación, todavía no se mencionaba nada con respecto a los medios de comunicación a pesar de que estaba en uso la prensa, radio y televisión: Alvaro Obregón, por ejemplo, había pronunciado mensajes por la radio y Miguel Alemán fue el primer candidato en pronunciar un discurso de campaña por televisión. Como parte de las prerrogativas en la ley de Reformas y Adiciones a la Ley Electoral Federal del 28 de diciembre de 1963¹⁰ se concedió a los partidos exenciones impositivas en arrendamiento, en las rifas y sorteos, sobre la renta y en las utilidades obtenidas por la venta de sus publicaciones; todo ello reglamentado en el art. 44 bis de la Ley del timbre.¹¹

Previo a la campaña electoral de Gustavo Díaz Ordaz en 1964, se vivió una reforma electoral a nivel Constitucional que es antecedente de la liberalización del régimen. En las reformas y adiciones de 20 de junio de 1963 se reformó y adicionó el artículo 54 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, quedando como sigue:

⁹ *Ibidem.*, p. 421

¹⁰ GARCIA OROZCO, Antonio, recopilación y trabajo Introductorio, "Ley de Reformas y Adiciones a la Ley Electoral Federal, del 28 de diciembre de 1963", *Legislación Electoral Mexicana 1812-1977*, México, Gaceta Informativa de la Comisión Federal Electoral, 1978, p. 430

¹¹ Esta legislación le fue sumamente benéfica al régimen para la elección de 1958 en la que Adolfo López Mateos obtuvo el 90.56% de votos frente a Luis Álvarez, del PAN con el 9.44%. Estos resultados se repitieron en la elección de 1964 cuando Díaz Ordaz obtuvo el 88.63% frente a José González Torres del Partido Acción Nacional con 10.95%.

Art 54.- La elección de diputados será directa, con sujeción a lo dispuesto en el artículo 52 y se complementará, además con diputados de partido, apejándose, en ambos casos, a lo que disponga la ley electoral y, en el segundo, a las reglas siguientes:

I.- Todo Partido Político Nacional, al obtener el dos y medio por ciento de la votación total en el país en la elección respectiva, tendrá derecho a que se acrediten, de sus candidatos a cinco diputados, y a uno más, hasta veinte como máximo, por cada medio por ciento más de los votos emitidos;

IV.- Solamente podrán acreditar diputados en los términos de este artículo, los Partidos Políticos Nacionales que hubieran obtenido su registro conforme a la Ley Electoral Federal, por lo menos con un año de anterioridad al día de la elección.”¹²

Estos cambios y las nuevas características que dieron a los discursos y a las campañas electorales fueron alentados y favorecidos por las modificaciones en la legislación electoral que continuó limitando a la oposición, pero que al mismo tiempo, reguló los aspectos necesarios para que, a pesar del crecimiento y la importancia de las campañas opositoras, se mantuviera su control desde el gobierno.

Los discursos y el proceso electoral de 1970, marcaron un nuevo momento que quedó reflejado en la legislación. La elección de Luis Echeverría se realizó bajo la Ley Electoral Federal de 1963 que también reguló la campaña de Gustavo Díaz Ordaz. El único cambio legal importante, para la elección de 1970, fue el Decreto que reformó diversos artículos de la ley electoral, destacando la relativa al artículo 60¹³, en el que se consideró como ciudadanos a los mayores de 18 años, incluyendo con esto, a los sectores inconformes que se manifestaron en 1968. Esta modificación fue consecuente con los objetivos de la campaña y discursos electorales de Luis Echeverría.

En 1973 el régimen nuevamente buscó alentar una mayor participación electoral. La Ley Federal Electoral del 5 de enero de 1973 amplió sustancialmente la reglamentación de las campañas electorales. Aumentó las prerrogativas de los partidos y dada la inserción de

¹² Tena Ramírez, Felipe, *Leyes fundamentales de México 1808-1971*, México, Porrúa, 1971, p. 946-947

¹³ Decreto que reforma los artículos 51,52 fracción II, 60,67,70,71,72,77,78,84 fracción II y párrafo final, 93 fracción II y VI, 94 fracciones I,II,III, 105 fracción VI y 110 fracción III de la Ley Electoral Federal.

nuevas fuerzas políticas en la arena electoral, fue necesario precisar como serían las campañas en los medios de comunicación. Se incorporó, por primera vez, en el artículo 39 el uso de la televisión durante los períodos de campaña electoral estableciendo:

... 2. Las transmisiones de los partidos políticos nacionales, que aprovechen el tiempo que les asigne el Estado, se sujetaran a las prevenciones que sobre propaganda establece esta ley, a las correspondientes de la Ley de la materia, y versarán en torno a las tesis ideológicas y programas de acción que sostengan frente a los problemas nacionales y no podrán constituirse en ningún caso, en plataformas para dirimir cuestiones personales. La propaganda de las asociaciones políticas se mantendrá dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral; no atacará a los derechos de los terceros; ni incitará a la comisión de algún delito o a la perturbación de orden y la paz pública;

...5. La producción de los programas de los partidos la realizará la Comisión de radiodifusión, con cargo de la Comisión Federal Electoral, para lo cual este último organismo incluirá en su presupuesto de egresos la partida correspondiente a transmisiones por radio y televisión;

... 7. Corresponde a la Comisión Federal Electoral vigilar que las transmisiones de los partidos se mantengan dentro de lo dispuesto por esta ley y los demás ordenamientos legales, decidir en caso de cualquier inconformidad e imponer las sanciones correspondientes.¹⁴

Es importante mencionar que con las restricciones y sanciones esta ley era muy rigurosa, mantuvo un control ilimitado sobre las campañas electorales, reservándose la posibilidad de quitar el registro a los partidos que a su parecer incumplieran con la legislación.

Artículo 201. - La Secretaría de Gobernación podrá suspender el registro de un partido político en los siguientes casos:

...III. Cuando destine las franquicias postales o telegráficas que se le otorgan, o los derechos que tenga en la radio y la televisión, para fines ajenos a los señalados por esta ley y reglamentos.¹⁵

Artículo 204. La Comisión Federal Electoral suspenderá el acceso de los partidos a la radio y a la televisión, por uno, varios o la totalidad de los programas a que tenga derecho durante la campaña electoral respectiva, en caso de violaciones a lo dispuesto por esta ley, o a las otras disposiciones que regulen las transmisiones por radio y televisión.¹⁶

Aparentemente la ley de 1973 aumentó las posibilidades de competencia de los partidos políticos pues incluyó, por primera vez, el acceso a los medios de comunicación masiva, pero la asignación de tiempos, la producción y los contenidos siguieron controlados

¹⁴ *Ibidem.* p.458-460

¹⁵ *Ibidem.* p. 504

¹⁶ *Ibidem.* p. 504-505

por la Secretaría de Gobernación lo que limitó la difusión de sus ideas. También se limitó a los partidos al ampliar sus obligaciones reforzando la facultad de la Secretaría de Gobernación para sancionar, con la pérdida del registro, a aquellos que no cumplieran con sus obligaciones.

Sin embargo, en la elección de 1976 cuando José López Portillo fue el único candidato a la presidencia y ganó con 15,437,795 votos, el 91.10%¹⁷, la campaña electoral dejó de ser la fuente de legitimidad, que aún en condiciones inequitativas era. Esta candidatura hizo evidente la debilidad del sistema de partidos y la necesidad de reforzarlo. El régimen comprendió que la única manera de lograrlo era mejorando las condiciones de la competencia electoral. Por eso, entre otras razones, se dio una mayor apertura con la ley de 1976-1977.

En la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, del 30 de diciembre de 1977, los partidos políticos tuvieron mayor acceso a los recursos y a los medios de comunicación. En esta ley, por primera vez, apareció un artículo específico sobre el acceso a los medios de comunicación.

Art. 48 Los Partidos políticos tendrán las siguientes prerrogativas:
I. Tener acceso en forma permanente a la radio y la televisión.

Por supuesto el acceso a estas prerrogativas tenía límites y requisitos:

Art. 49 La Comisión Federal Electoral determinará mediante disposiciones generales, las modalidades, formas y requisitos que deberán satisfacerse para el ejercicio de las prerrogativas a que se refiere el artículo anterior.

Dichas disposiciones se sujetarán en todos los casos a las bases siguientes:

SECCIÓN A. *Radio y televisión.*

a) Para el uso permanente que los partidos políticos hagan de la radio y la televisión, la Comisión Federal Electoral será órgano de coordinación y la Comisión de Radiodifusión de producción técnica;

¹⁷ Carlos Martínez Assad, *Loc. cit.* p. 27

...f) La Comisión de Radiodifusión determinará las fechas, los canales, las estaciones y los horarios de las transmisiones.¹⁸

Estas reformas permitieron aumentar la concurrencia de los partidos políticos en la contienda electoral: de un candidato presidencial que participó en la elección de 1976, en la elección de 1982 participaron siete candidatos representado al Partido Revolucionario Institucional (PRI); Partido Acción Nacional (PAN); Partido Popular Socialista (PPS); Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM); Partido Demócrata Mexicano (PDM); Partido Socialista Unificado de México (PSUM); Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT) y Partido Social Demócrata (PSD).

El régimen abrió y permitió la participación electoral, pero sólo hasta donde los resultados electorales no peligraron ¹⁹. El acceso a los medios de comunicación masivos se centralizó, limitando los posibles contenidos que los partidos podían dar a su propaganda y, se mantuvo el control en la asignación de estos recursos en tres instancias: Secretaría de Gobernación, Comisión Federal Electoral y Comisión de Radiodifusión.

En el contexto de la elección de 1988, el presidente Miguel de la Madrid impulsó reformas electorales que se plasmaron en el Código Federal Electoral. Con este Código buscaba adaptar la legislación a las nuevas necesidades del régimen para garantizar la transmisión pacífica del poder. Por la importancia que poco a poco iban adquiriendo las campañas políticas, en el Código Federal Electoral de 1987 se continuó ampliando los derechos y obligaciones en materia de acceso a los medios de comunicación.

¹⁸ *Ibidem.* p. 516-518

¹⁹ Miguel de la Madrid obtuvo 16,145,254 votos, el 74%; mientras el candidato opositor más cercano fue el del Partido Acción Nacional, Pablo Emilio Madero, quien obtuvo 3,700,405 votos, el 16.41% fue un porcentaje de votos importante para la oposición, pero que no hacía peligrar la preponderancia del PRI y del régimen. Carlos, Martínez Asadd, *Loc. cit.* p. 28

Art. 27.- Para el cumplimiento de sus fines y atribuciones establecidos en la Constitución y en este Código, la acción de los partidos políticos, deberá:

- I. Propiciar la participación democrática de los ciudadanos mexicanos en los asuntos públicos;
- II. Promover la formación ideológica de sus militantes, fomentando el amor, respeto y reconocimiento a la Patria y a sus Héroes, y la conciencia de solidaridad Internacional en la Soberanía, en la independencia y en la Justicia...
- V. Estimular la observación de los principios democráticos en el desarrollo de sus actividades...²⁰.

Se incorporó la obligación de los partidos políticos de difundir una plataforma electoral mínima del partido y de su candidato en cada una de las elecciones en que participaran. Las obligaciones y límites a los mensajes de los partidos políticos aumentaron de manera considerable:

Art. 49 Las prerrogativas de los partidos políticos, en materia de radio y televisión, tendrán por objeto la difusión de sus bases ideológicas de carácter político, económico y social que postulen, la libre expresión de las ideas, en los términos del artículo sexto constitucional y las acciones que pretendan tomar para realizar sus principios, alcanzar sus objetivos y las políticas propuestas para resolver los problemas nacionales.²¹

En esta ley hubo reformas trascendentes sobre todo en lo referente a la difusión de la propaganda electoral. El único límite para la difusión de las ideas fue el artículo sexto Constitucional, que se refiere a la libertad de expresión²². La centralización en la asignación de tiempos y producción técnica de los programas de los partidos políticos fue dando paso a la participación al mencionar que podían tener un representante en la Comisión de Radiodifusión, también fue un avance importante el que se dejó de beneficiar al PRI al cambiar los criterios de antigüedad por uno de sorteo en la proyección de los programas de los partidos. Sin embargo, permaneció la vigilancia de la Secretaría de Gobernación, que presidía la Comisión Federal Electoral y de quien dependía la Comisión de Radiodifusión,

²⁰ *Código Federal Electoral*, México, Ediciones Andrade, 1987, p.274

²¹ *Ibidem.* p. 21

²² "Art. 6° La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado". Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

que controlaban los contenidos, horarios y producción de los mensajes de los Partidos Políticos.

El accidentado proceso electoral de 1988²³ propició que en 1989 se hicieran reformas constitucionales que cristalizaron en la expedición de una nueva legislación en materia electoral. El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) dio forma a un organismo autónomo encargado de organizar el proceso electoral, restando poder a la Secretaría de Gobernación, la cual seguía manteniendo un control, ya que la presidencia del Consejo General del Instituto Federal Electoral permaneció ocupada por el titular de Gobernación.

En el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales de 1990 se continuó especificando el contenido de los discursos electorales. Por la mayor presencia de los partidos políticos en los medios de comunicación y ante la opinión pública, se amplió y puntualizó la obligación, por parte de estos, de dar a conocer su plataforma electoral.

Art. 38 Son obligaciones de los partidos políticos nacionales:

c) Publicar y difundir en las demarcaciones electorales en que participen, así como en los tiempos oficiales que les corresponden en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, la plataforma electoral que el partido y sus candidatos sostendrán en la elección de que se trate. En este caso, el tiempo que le dediquen a la plataforma no podrá ser menor de cincuenta por ciento del que les corresponda;

o) Abstenerse de cualquier expresión que denigre a los ciudadanos, a las instituciones públicas o a otros partidos políticos y sus candidatos...²⁴.

La centralización sobre el control de la comunicación de los partidos políticos fue dando paso a una entidad en la que los partidos tenían el derecho de tener un representante

²³ Carlos Salinas de Gortari candidato oficial obtuvo 9,687.926 votos, el 50.74%; el candidato del Frente Democrático Nacional, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano obtuvo 5,929.585 votos, el 31.06%; el candidato del Partido Acción Nacional, Manuel J. Clouthier del Rincón tuvo 3,208.584 el 16.81% Carlos, Martínez Assad, *Op. cit.* p. 30

²⁴ *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, México, Porrúa, 1990, p. 25-26

con derecho a voz.

Art. 43 1. La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Radiodifusión del Instituto Federal Electoral tendrán a su cargo la producción y difusión de los programas de radio y televisión de los partidos políticos y el trámite de las aperturas de los tiempos correspondientes.

2. La Comisión de Radiodifusión será presidida por el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos. Cada uno de los partidos políticos tendrá derecho a acreditar ante la Comisión un representante con facultades de decisión sobre la elaboración de los programas de su partido.²⁵

En el artículo 183 se estableció que las reuniones de los partidos no tendrían más límite que el respeto a los derechos de terceros: "...en particular los de otros partidos y candidatos, así como las disposiciones que para el ejercicio de la garantía de reunión y la preservación del orden público dicte la autoridad administrativa competente"²⁶. En el caso de la propaganda por medios gráficos y difundida a través de radio y televisión que se realiza en las calles se estableció que debía respetar el artículo 6º y 7º de la Constitución.

En esta ley por primera vez en el México posrevolucionario, tras ochenta años de campañas electorales ininterrumpidas se habló y reglamentó la realización de encuestas electorales.

... 3. Durante los cinco días anteriores al de la jornada electoral queda prohibido llevar a cabo o aplicar cualquier tipo de encuestas o sondeos que tenga por objeto conocer las preferencias electorales de los ciudadanos, así como publicar o difundir durante esos días, en cualquier medio de comunicación, los resultados de lo que se haya realizado²⁷

Esta ley fue elaborada con el objetivo de evitar los problemas que se presentaron en la elección de 1988. Con ella se buscó que los partidos condujeran sus actividades en el ámbito legal, por vías pacíficas y se trató de limitar el contenido de los discursos a la difusión de las plataformas electorales.

²⁵ *Ibidem*, p. 29

²⁶ *Ibidem*, p. 103

²⁷ *Ibidem*, p. 106

Con las reformas de 1994 al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales el proceso de apertura del IFE continuó, se incrementó el peso e influencia de los consejeros ciudadanos en la integración y toma de decisiones de los órganos de dirección, dándoles la mayoría de votos, sin embargo, continuó el Secretario de Gobernación como Presidente del Consejo del IFE.

La campaña de Ernesto Zedillo Ponce de León se realizó bajo las reformas a legislación de 1994, en las que la reglamentación del uso de los medios de comunicación continuó ampliándose. Se mencionó, por primera vez, el derecho de los partidos políticos a contratar tiempo en radio y televisión para difundir su propaganda y se establecieron topes en los gastos de campaña. Para acabar con una de las principales causas de inequidad electoral, se optó porque el Director Ejecutivo de Prerrogativas se reuniera con la Comisión de Radiodifusión de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión para sugerir los lineamientos generales aplicables en sus noticieros o en la difusión de actividades de campaña.

En el COFIPE de 1994, por las presiones de la oposición y por la necesidad interna y externa de estabilidad y certidumbre en la competencia electoral, la legislación se hizo más compleja, sobre todo en los artículos que tratan de las campañas políticas y los discursos electorales. El hecho de que en 1994 por primera vez se realizó la campaña electoral para buscar votos y de que la oposición tuviera posibilidades reales de disputarlos ocasionó el crecimiento de la legislación.

Los derechos de los partidos políticos se ampliaron. En el artículo 36 se mencionó el financiamiento público y el derecho de todos los partidos políticos a disfrutarlo en

condiciones de equidad²⁸. El acceso a los medios de comunicación aumentó considerablemente.

ARTÍCULO 48. -

I. Es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales...

10. El Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos se reunirá a más tardar el 15 de diciembre del año anterior al de la elección,... con la Comisión de Radiodifusión y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, para sugerir los lineamientos generales aplicables en sus noticieros respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos²⁹.

El Código Federal Electoral de Procedimientos Electorales estableció en el artículo 182, que los gastos de los partidos políticos en propaganda electoral, no podían rebasar los topes de gastos de campaña establecidos por el propio instituto. Lo anterior es un avance fundamental, en el proceso de apertura y competitividad electoral, sobre todo si recordamos la discrecionalidad en la asignación de los recursos en elecciones anteriores.

En concordancia con la competitividad electoral y considerando que diversos partidos políticos se disputaban el mercado electoral, el artículo 186 buscó que los partidos y candidatos tuvieran un intercambio discursivo con nivel, estipulando que los partidos "...que realicen propaganda electoral a través de la radio y la televisión deberán evitar en ella cualquier ofensa, difamación o calumnia que denigre a candidatos, partidos políticos, instituciones y terceros"³⁰.

Cuando el sistema de partidos se debilitó hasta el punto de hacer peligrar la legitimidad del régimen, se propiciaron condiciones para la participación, aunque desiguales. Este periodo desencadenó un proceso de apertura en el que amparadas en esta

²⁸ Instituto Federal Electoral, *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*, México, IFE, 1994, p. 25

²⁹ *Ibidem*. P. 33

legislación, entre otros muchos factores, las fuerzas opositoras crecieron y se fortalecieron, entonces el régimen reglamentó sus acciones y sus campañas políticas.

1.2. Funciones de los Discursos Electorales 1920-1994

Los discursos de las campañas electorales de 1920-1994 han tenido diferencias determinadas por el contexto político y social en el que se desarrollaba el proceso electoral. Las campañas de 1920-1934 de acuerdo con sus funciones, se caracterizaron porque eran un rito que ratificaba ante los ciudadanos el triunfo de candidatos que participaron en la lucha armada, su pasado revolucionario los convertía en los candidatos idóneos para el país.

En las campañas electorales desarrolladas en los años 1920-1934 el régimen post-revolucionario se estaba formando, todavía no se consolidaban los instrumentos institucionales que permitirían la transmisión del poder, lo importante eran las personas, más que las instituciones. Los electores más que votar por un partido político, votaban por un personaje y por su trayectoria. Los partidos se formaban para apoyar a un candidato, las instituciones que posteriormente hicieron posible la transmisión del poder no estaban establecidas.

Durante el desarrollo de estas campañas había insurrecciones, cuartelazos, revueltas armadas; en algunas ocasiones apoyadas por el candidato, como fue el caso de Álvaro Obregón en 1920. Era un momento de convulsiones y movimientos políticos que cristalizarían en la formación de instituciones políticas. Los candidatos no daban mucha

³⁰ *Ibidem.* p. 162

importancia a sus campañas ni a sus discursos electorales puesto que realizaban su campaña electoral una vez que se había resuelto por la vía de la violencia quien sería el candidato.

En cuanto a las campañas y discursos electorales en 1940-1964 se modificó la forma de hacer la campaña y el contenido de los discursos. Estas modificaciones respondieron a cambios en el ambiente político y no a cambios en la competencia electoral. Los candidatos realizaban una campaña y pronunciaban sus discursos cuando la institucionalización y participación de su partido era una realidad y cuando ya había reglas del juego claramente establecidas, lo que explica la mayor atención que poco a poco fueron poniendo en sus campañas y discursos electorales.

Las campañas y los discursos electorales de 1970 a 1982 fueron de cambios, tuvieron funciones y características distintas de las anteriores. Las transformaciones de las campañas y los discursos electorales pueden ser explicadas como un resultado de la pérdida de legitimidad que el gobierno sufrió con el movimiento estudiantil de 1968. Las principales causas del conflicto fueron un sistema autoritario y el agotamiento del desarrollo estabilizador. Las protestas cuestionaban las fuentes de legitimidad a las que los candidatos oficiales recurrían: la paz social y sus resultados administrativos.

La elección para jefe del ejecutivo federal en 1970 se realizó en un contexto de crisis para el sistema y su partido. Los conflictos estudiantiles de 1968 y su represión tuvieron un alto costo para el Partido Revolucionario Institucional en términos de legitimidad y confianza. Con las protestas y su represión quedó claro que el partido y su gobierno ya no representaban ni respondían a las expectativas de toda la población. Entonces el partido tuvo que adaptar su campaña electoral a estas nuevas circunstancias. La

campaña de Luis Echeverría en 1970 inició las modificaciones que más tarde darían paso a la liberalización política.

El movimiento de 1968 buscaba mayor libertad y participación. En 1970 el PRI trató de responder a estas expectativas postulando a un candidato joven, universitario y haciendo una campaña electoral más extensa, en la que el candidato tuviera un mayor contacto con todos los sectores de la población, al mismo tiempo que pronunciaba discursos que trataban de responder a las demandas de los grupos que se inconformaron. Estas modificaciones fueron complementadas con cambios en la legislación que otorgaban el derecho al voto a los mexicanos con 18 años cumplidos.

Las campañas electorales de 1988-1994, a diferencia de los cambios de 1970-1982 que se hicieron ante la falta de legitimidad y con la intención de que la distribución del poder no se modificara, no fueron de forma sino de fondo. La necesidad y la presión política nacional e internacional para modificar la política interna, volvió impostergables los cambios.

En términos de resultados electorales el lapso 1970-1982 fue un éxito para el sistema y su partido, pero en términos sociales, económicos y políticos fue de crisis. Hubo guerrillas, movimientos estudiantiles, de sindicatos, campesinos e indígenas. Los candidatos de 1988 a 1994 se vieron obligados más que a competir con otros partidos a competir contra los resultados administrativos del propio régimen.

Los saldos de los gobiernos de Luis Echeverría Álvarez y José López Portillo fueron un alto endeudamiento externo, el descontento social y el riesgo de que con las reformas electorales de 1977 una mayor cantidad de votos se dirigieran a los partidos de oposición.

De 1988 a 1994, se vivió un nuevo momento en relación con las campañas y los discursos electorales, porque sufrieron transformaciones. La diferencia esencial con los otros lapsos fue que la legitimidad ya no derivaba de establecer el mayor contacto posible con los ciudadanos, sino de la participación electoral en supuestas condiciones de equidad entre distintos partidos políticos.

En 1920-1964 las campañas eran necesarias para cumplir con la legislación, para que los candidatos conocieran las propuestas sociales, pero su principal función no era obtener votos. Las campañas y los discursos fueron importantes porque permitían reactivar los vínculos y esperanzas de los sectores sociales, pero la legitimidad derivaba de tres fuentes: el origen revolucionario de los candidatos, el partido que los postulaba y los éxitos administrativos de sus antecesores.

Las campañas y los discursos electorales de 1920 a 1964, tenían la función de ser un escaparate para mostrar al futuro presidente. Los candidatos de 1970-1982 no buscaban únicamente ser conocidos, les era necesario despertar simpatías, parecer candidatos y futuros presidentes cercanos a la población y preocupados por ella. El triunfo estaba garantizado; los discursos no eran para competir, eran para despertar acercamientos, identificación y simpatía por el nuevo candidato, para reactivar los consensos y las esperanzas.

De 1970-1982 los elementos que fueron suficientes para avalar los triunfos de los candidatos oficiales se agotaron. El partido y sus candidatos tuvieron que recurrir a otro mecanismo que avalara los resultados y que les diera el apoyo necesario. El mecanismo fueron los discursos electorales. Los candidatos a pesar de la certeza sobre su triunfo,

buscaron tener un contacto directo con la población para reactivar las esperanzas en sus gobiernos, elevaron las campañas electorales a la categoría de ritos sexenales que avalaban y reactivan la fe en los candidatos del Partido Revolucionario Institucional. De 1988-1994 las campañas electorales conservaron la función de dar legitimidad, pero lo hicieron por medio de la competencia electoral.

A partir de la elección de 1988, las funciones e importancia de los discursos electorales se modificaron, la presencia de los partidos políticos de oposición fue lo que en gran parte configuró los cambios; su participación y la pretendida competencia electoral dio el consenso necesario a los candidatos triunfadores del PRI. Que se legitimaron a través de los votos, independientemente de los mecanismos con los que obtuvieron esos votos. pero para competir por la votación resultó necesario hacer campañas electorales.

Capítulo 2

Discursos de Campaña Electoral 1920-1994

2.1 Discurso retórico 1920-1994

2.1.1. Funciones de los discursos

Para conocer cuales fueron las funciones que los discursos electorales tuvieron de 1920 a 1994 analizaremos los que fueron pronunciados por los candidatos, concentrándonos en lo que ellos mismos declaraban sobre las funciones de su campaña electoral, sus peticiones del voto y su opinión acerca de la oposición. Lo declarado en torno a estos tres temas nos permitirá conocer cuales eran las funciones que tenían asignadas, desde el mismo sistema, las campañas y los discursos electorales. Tal como aclaramos en la introducción, en este capítulo abordaremos únicamente los discursos de los candidatos tipo y en la redacción seguiremos un orden cronológico.

Los discursos electorales de 1920-1934 no fueron pronunciados en un contexto de competencia electoral, no tenían el fin de conseguir votos. Los candidatos aseguraban que iban a ganar la elección, que hacían campaña para estar cerca de la gente, para conocer sus demandas, para identificarse con el pueblo y para recoger y nutrirse de su sentir, y no para obtener los votos de los ciudadanos.

En 1920 Álvaro Obregón inició su campaña declarando que era democrática, pero cuando el apoyo de Carranza no lo favoreció tomó las armas y encabezó lo que denominó una resistencia en contra de la imposición. Con la derrota de Carranza declaró: “la campaña

tuvo necesidad de un paréntesis para hacer a un lado los escollos que la dictadura le arrojaba sobre su camino...³¹. Una vez que Álvaro Obregón venció en la lucha armada fue claro que en el futuro los candidatos oficiales no encontrarían resistencia ni competencia suficiente para ganar en las urnas y que en caso de encontrar obstáculos, emplearían cualquier recurso, incluso las armas, para obtener y conservar el poder. A partir de este momento el proceso electoral y las campañas fueron sólo un recurso que legitimó y disfrazó esta decisión.

Con el triunfo de Obregón se redefinieron las funciones que el régimen y los candidatos asignaban a las campañas y a sus discursos. En un discurso pronunciado en Puebla el 22 de agosto, Obregón respondía a aquellos que consideraban innecesario continuar con la campaña porque el triunfo estaba garantizado: “yo no considero el triunfo con sólo llegar al poder... para acercarme siquiera a ese cumplimiento del deber que tanto anhelo, es factor indispensable el conocimiento personal de cada una de las distintas entidades”³².

A partir de ese momento las campañas políticas en México tuvieron la función de ser un escaparate. Esta función fue consolidada con toda la estructura nacional de poder, relaciones y recursos a que dio origen la formación del Partido Nacional Revolucionario (PNR). El primer candidato de ese partido, Pascual Ortíz Rubio declaraba: “las modernas jiras (sic) políticas tienen por objeto que el candidato a la Presidencia de la República venga a ponerse en contacto con los pueblos de quienes solicita su voto, y en segundo

³¹ Amaro Joaquín, *Discursos del general Obregón*, México, Biblioteca de la Dirección General de Educación Militar, 1932, p. 22

³² *Op. cit.*, p. 243

lugar, que advierta sus necesidades y conozca sus anhelos, se sienta en condiciones de poder remediar las necesidades de los pueblos y satisfacer sus inquietudes”³³.

Esta función fue asumida por Lázaro Cárdenas cuando declaraba “no es ningún sacrificio recorrer pueblo por pueblo en una gira electoral. Es obligación nuestra conocer sus necesidades, enterarnos de sus aspiraciones y esta obligación ha sido siempre cumplida por los hombres de la revolución”³⁴. No solamente buscaban que el pueblo conociera al candidato, también se buscaba que el candidato conociera el territorio y a los ciudadanos.

En las campañas de 1940-1964 esta idea de que se realizaban para que los ciudadanos conocieran a los candidatos permaneció, así como la intención de que el candidato conociera las necesidades sociales, Miguel Alemán en Coahuila declaraba: “durante la campaña electoral hemos recorrido la mayor parte de nuestro país. Este contacto íntimo con nuestro territorio y con nuestro pueblo nos ha revelado que son muchas las necesidades”³⁵. Hasta ese momento era cuando el candidato descubría que el pueblo tenía necesidades. La campaña era vista como la oportunidad para diseñar un programa de gobierno: “El programa que la próxima administración desarrolle no puede ser el que resulte de un solo individuo... sino el que se desarrolle en una campaña en la que el candidato recoja el sentir del pueblo y llegue con la nación entera a compromisos concretos”³⁶.

En esta misma lógica, Díaz Ordaz declaraba “no es el principio de una gira conseguir el voto de nuestros conciudadanos, aunque esta sea una de sus principales

³³ Ortiz Rubio, Pascual, *Discursos políticos*, México, s.i., 1930, p. 178

³⁴ Instituto de capacitación política, *Historia Documental del PNR, PRM, PRI*, México, s.i., 1981, p. 48

³⁵ Alemán Valdés, Miguel, *Un México Mejor discursos e informes*, T.I, México, Ruta, 1952, p. 318

³⁶ *Op. cit.*, p. 249

finalidades, queremos perfeccionar el conocimiento que tenemos de muchos de sus problemas y de sus hombres³⁷. Este buscar conocer las necesidades, es la intención más de un gobernante que de un candidato que compite por los votos, intención sólo posible en un contexto de absoluta certeza sobre resultados electorales favorables.

A partir de la elección de 1970, la función que las campañas y los discursos electorales cumplían, ya no era la de ser un simple escaparate, sino la de ser un instrumento que buscaba despertar la confianza y aprobación social. Las campañas electorales de Luis Echeverría en 1970, de José López Portillo en 1976 y de Miguel de la Madrid en 1982 marcaron la transición entre un régimen cerrado y uno en proceso de liberalización, permitiéndonos observar las características que las campañas y los discursos electorales tuvieron para adaptarse con éxito a los cambios del régimen.

Los contenidos de los discursos de 1970-1982 no se modificaron sustancialmente. Aparentemente, se suponía que con la simple presencia física de los candidatos se alentaba a los ciudadanos y despertaba su aprobación. Los candidatos mantuvieron como interlocutores a los sectores y apelaron a los mismos sentimientos que los candidatos de 1920-1964.

Las creencias, consensos y alianzas que despertaban los candidatos durante su campaña, era lo que les permitiría gobernar por lo menos durante los dos primeros años, después, dependían de los resultados y ejercicio de gobierno. La fuerza de su gobierno derivaba, en parte, de los discursos electorales.

³⁷Díaz Ordaz, Gustavo, *Pensamiento político de Gustavo Díaz Ordaz*, México, Partido Revolucionario Institucional, 1964, p. 35

Los cambios de las campañas y de los discursos pronunciados no se originaron en la competencia electoral. Los cambios fueron resultado de un problema de legitimidad, no peligraban los resultados sino la aceptación de éstos y el reconocimiento que la ciudadanía daba al nuevo presidente; los partidos políticos de oposición y la competencia carecían de importancia, lo que se trató de hacer fue legitimar los resultados electorales previamente garantizados.

Para Luis Echeverría, como candidato tipo, la importancia de su campaña estaba determinada por la posibilidad de conocer a la gente, para él no tenía ninguna importancia la disputa electoral, su campaña estaba hecha para tener contacto con los ciudadanos. En su primer discurso delineó lo que sería su campaña política “mi recorrido por México será algo más que una gira electoral, una inapreciable ocasión de aprendizaje y de diálogo con el pueblo”³⁸.

La ausencia de competitividad electoral, lo llevó a declarar el 22 de diciembre en San Quintín, Baja California: “lejos de ser éste un viaje triunfal a lo largo de México, es un recorrido de estudio y trabajo, cuando no hay problema electoral tangible... nuestro partido requiere conquistar legítimamente los puestos de elección popular”³⁹. Con esta frase, el candidato asignaba como la principal función de la campaña el estar cerca de la sociedad para dar legitimidad a los candidatos del PRI. Su importancia no era alentar un resultado previamente asegurado, sino proporcionar el apoyo necesario para el ejercicio del gobierno.

El candidato públicamente reconocía la falta de competencia electoral y la asumía como una desventaja que se tenía que revertir con la campaña: “el problema esencial de mi

³⁸ Echeverría Álvarez, Luis, *Pensamiento político, doctrina y discursos de campaña*, México, PRI, p. 43

³⁹ *Op. cit.*, p. 325



gira no es simplemente el de sumar votos a efecto de obtener ese triunfo que ya podemos garantizar, se trata de observar en los terrenos de los hechos los problemas”⁴⁰. El énfasis puesto por Luis Echeverría al aclarar las funciones y objetivos de su campaña, pone en evidencia los problemas de respaldo que debió enfrentar como candidato del Partido Revolucionario Institucional.

En el mes de mayo en Aguascalientes, Luis Echeverría formuló críticas a la forma en que se realizaron las campañas políticas anteriores a la suya, “muy fácil hubiera sido visitar sólo los grandes centros urbanos, difundir nuestro pensamiento con la ayuda de los medios de comunicación y estudiar, en una oficina de la ciudad de México los problemas del país y las peticiones del pueblo”⁴¹. Luis Echeverría continuó criticando la forma en que tradicionalmente se habían hecho las campañas en su partido: “no se trata, queridos amigos de fomentar el turismo interno... no han sido discursos literarios y demagógicos, de los que en épocas pasadas se acostumbraban en los mítines políticos, antes las comitivas que acompañaban a los candidatos se dedicaban a banquetearse y regocijarse”⁴².

Luis Echeverría durante toda su campaña estuvo consciente de que no enfrentaba condiciones de competencia electoral, y por lo tanto, que su campaña no era para obtener votos. En una aceptación completa de la falta de competitividad declaraba: “mi recorrido por el país ha tenido en gran medida el carácter de un referéndum: la ratificación de la voluntad mayoritaria del pueblo de México de mantenerse firme en el sendero histórico de

⁴⁰ *Op. cit.*, p. 364

⁴¹ *Op. cit.*, p. 232, T IV

⁴² *Op. cit.* p. 272, T. V

nuestra revolución en marcha"⁴³. De ninguna manera le preocupaba obtener votos, la campaña era un referéndum, un rito sexenal que despertaba la aceptación social.

Luis Echeverría estaba muy consciente de que el problema era de confianza social, por eso declaró en Sonora: "el gran problema que se nos presenta a los miembros del PRI no es la duda, la incertidumbre, la desconfianza acerca de los resultados de las elecciones. Triunfaremos legítima, abrumadoramente. El problema es que, al llegar al poder el nuevo gobierno, por una parte, tenga la confianza de aquellos que formando la mayoría del pueblo, fueron a apoyarlo a las urnas electoralmente y que, al mismo tiempo, el nuevo gobierno conozca a detalle como se han resuelto los problemas viejos, históricos del pueblo mexicano y cuales son los problemas que hay que acometer con vigor, con decisión, con honradez y la forma de acometerlos con éxito"⁴⁴.

Luis Echeverría expresó con suma claridad los problemas que trataba de resolver con su estrategia de campaña electoral: "yo me he propuesto en esta campaña electoral luchar por un triunfo legítimo"⁴⁵. La preocupación esencial que justificó y explicó las campañas y los discursos electorales de 1970 a 1982 fue la apremiante necesidad de legitimar un triunfo previamente asegurado, en condiciones de falta de competitividad y desgaste del pasado fue necesario incrementar los discursos, en condiciones de competitividad resulto necesario diversificarlo.

En 1988-1994 las funciones de las campañas y los discursos electorales sufrieron modificaciones que se pueden observar claramente en los contenidos de los discursos. En

⁴³ *Op. cit.*, p. 290, T. IV

⁴⁴ *Op. cit.*, p. 365

⁴⁵ *Op. cit.*, p. 106, T. III

1988 con la campaña de Carlos Salinas de Gortari los discursos empezaron a variar, pero fue hasta la campaña de 1994 en la que se darían los cambios y rupturas con total claridad.

En 1988 las condiciones de competencia y participación electoral se modificaron, la oposición adquirió fuerza y ya no hubo certeza sobre los resultados, el candidato del Partido Revolucionario Institucional hizo su campaña y discursos para conseguir votos a diferencia de los discursos de los candidatos triunfadores de 1920 a 1982, cuando los resultados eran seguros y las campañas electorales tenían la función de conservar los consensos y de hacer renacer el factor esperanza alentado por el contacto de los candidatos con los habitantes.

De acuerdo con lo declarado por los candidatos en sus discursos, las funciones de las campañas se modificaron, dejó de ser una campaña política para convertirse en una campaña de proselitismo que buscaba convencer a los ciudadanos de depositar su voto. De 1988-1994 su función fue alentar la emisión de los votos, de un acto ritual se transformó en un acto que buscaba votos, era una campaña que se apegaba a los objetivos de los sistemas y elecciones democráticas.

El mejor ejemplo de que las funciones de las campañas electorales dependen de las condiciones de competencia fue la campaña de Carlos Salinas de Gortari, en 1988 cuando aumentó la competencia y las certezas se rompieron. Su discurso fue agresivo, estas mismas características se presentaron en la campaña de Álvaro Obregón en 1920, quien enfrentó condiciones adversas, obligándolo a realizar una campaña que buscaba votos⁴⁶.

⁴⁶ Declaraba "... He venido para invitarlos a formar un gobierno que no tenga que sostenerse por medio de las armas..." Amaro Joaquín, *Op. cit.*, p. 121

Las nuevas condiciones de competencia obligaron a los candidatos a cambiar la concepción y la importancia que daban a su campaña. Sobre las funciones de su campaña Carlos Salinas de Gortari decía: “busco convencer a la población para que el PRI se mantenga democráticamente en el poder, ese es mi propósito”⁴⁷. El candidato aceptaba que la campaña electoral tenía la función de conseguir votos, pero todavía le asignaba otras funciones “esta campaña debe servir para alimentar y fortalecer al partido con la enorme sabiduría del pueblo... nuestra tarea es llevar el ideario y la plataforma del partido a los distintos sectores sociales”⁴⁸.

Carlos Salinas en 1988 asignaba funciones a su campaña electoral que correspondían a las mismas funciones que los candidatos de 1920 a 1982 les asignaron, al mismo tiempo que su campaña desempeñaba las funciones tradicionales, se preparaba para enfrentar la competencia electoral. En sus discursos pronunciados ante priistas declaraba: “Compañeros de partido cuatro consignas fundamentales van a normar el trabajo del partido durante esta campaña presidencial, primero es la promoción del empadronamiento... debatir las tesis de la oposición... la activa capacitación de nuestros representantes en los órganos electorales y en las casillas... prepararnos para la gran movilización que se requiere el día de la elección”⁴⁹.

En estos discursos podemos observar la dificultad para adaptarse a los cambios y necesidades de una nueva etapa. Salinas de Gortari quería fortalecer los lazos con los miembros de su partido, esta era una de las funciones de los discursos de 1920 a 1982 y al

⁴⁷ Salinas de Gortari, Carlos, *Discursos de Campaña*, México, Partido Revolucionario Institucional, Comité Ejecutivo Nacional, T. IX, p 347

⁴⁸ *Op. cit.*, p. 76

⁴⁹ *Op. cit.*, p. 78

mismo tiempo, les pedía su colaboración en la promoción y aliento del voto, reconociendo con esto la disputa electoral.

Esta dificultad para aceptar los cambios fue superada por Ernesto Zedillo, quien aceptaba la competencia electoral. Las declaraciones sobre la campaña, como el mecanismo que permitía obtener votos, se modificaron. El candidato del PRI, en 1994, daba por hecho que la campaña se realiza para competir declarando: “el pueblo de México sabe de las campañas política a través de los medios de comunicación. Este es realmente el medio a través del cual los candidatos podemos hacer llegar nuestra propuesta...”⁵⁰.

En 1994, el candidato del PRI aceptó la participación de otros partidos políticos que competían y que exponían sus propuestas ante los electores. Ernesto Zedillo comparaba su campaña con las de los partidos de oposición: “...nosotros hemos hecho una campaña de propuestas; nunca de injurias ni de agresiones. No venimos a esta plaza a faltarle el respeto a nadie, nosotros sí somos educados”⁵¹. En congruencia con los nuevos tiempos y con la aceptación de la liberalización económica y paulatino proceso de democratización, el candidato del PRI reconocía. “aconsejé a mi partido que por primera vez, no hiciese una campaña vergonzante con los empresarios del país, que hiciésemos una campaña abierta, decidida, puesta a la consideración de la opinión pública”⁵². Tradicionalmente los candidatos del PRI trataban de aparecer como candidatos distantes de la iniciativa privada y Ernesto Zedillo aceptaba las relaciones entre el PRI y los empresarios.

⁵⁰ Zedillo Ponce de León, Ernesto, *Memorias de campaña, discursos, diálogos, y entrevistas*, México, Comité Ejecutivo Nacional del PRI, T. I, p 289

⁵¹ *Op. cit.*, T. IV, p. 583

⁵² *Op. cit.*, T. III, p. 583

Para Ernesto Zedillo la competencia y la participación electoral de la oposición eran necesarias y convenientes porque legitimaban su triunfo: "quiero ser presidente de México, pero quiero que este mandato popular esté basado indiscutiblemente en el voto del pueblo de México y que sea un voto que se reconozca con toda legalidad"⁵³. Sus "convicciones democráticas" y su interés en la competencia electoral lo llevaron a declarar: "yo no quiero únicamente ganar las elecciones, quiero ganar la legitimidad para ser el próximo presidente de México y una condición indispensable es que las elecciones se lleven a cabo dentro del marco que establece la ley"⁵⁴.

Ante el aumento de la competencia electoral, los candidatos tuvieron que aceptar que sus campañas eran para obtener votos y no como en 1920-1982, que eran para estar en contacto con la población. De la competencia electoral derivaba el respaldo social.

Análisis el papel que los candidatos daban a las campañas electorales puede resultar insuficiente para comprender sus funciones; existe otro factor que nos permite ratificar nuestra afirmación de que las campañas electorales se modificaron de acuerdo a las necesidades del régimen: las peticiones del voto. La función esencial de una campaña electoral en los regímenes democráticos es que los candidatos entren en contacto con los ciudadanos para presentarles sus programas de gobierno y que estos voten en su favor.

Los candidatos solicitaron los votos dependiendo de las condiciones de competitividad del régimen, durante gran parte del siglo veinte el régimen político mexicano fue no competitivo, en función de esto y a pesar de que analizamos discursos de

⁵³ *Op. cit.*, T.I, p. 324

⁵⁴ *Op. cit.*, T.I, p. 348

campaña electoral, parte de los candidatos que resultaron triunfadores no pedían frecuentemente los votos.

Los candidatos triunfadores de 1920-1934 casi no pedían el voto porque las condiciones de competencia y los resultados electorales estaban garantizados, rara vez mencionaban la necesidad de que los ciudadanos votaran por ellos, por su partido, o por el partido de la revolución. Los discursos dan la impresión de que se consideraba un detalle de mal gusto pedir a los ciudadanos su voto.

Los candidatos de 1920-1934 partían del supuesto de que el conteo de votos les favorecería, por lo tanto no solicitaban el sufragio y únicamente cuando la competencia era real y les era adversa se veían obligados a solicitar el voto de los electores. Nuevamente es la campaña de Álvaro Obregón en 1920 la que confirma nuestra afirmación. Por las condiciones de competencia se vio obligado a pedir el voto, demostrando que es la competencia, los partidos y el sistema electoral los que determinan las funciones de las campañas y los discursos electorales.

Durante estas elecciones y salvo el caso de la elección de 1920, en la que Obregón afirmaba, "he venido para invitarlos a formar un gobierno que no tenga que sostenerse por medio de las armas"⁵⁵, la disputa por los cargos no se daba en el ámbito electoral, los votos no definían los resultados, eran otros los factores que hacían que los resultados fueran en uno u otro sentido. Los sufragios eran garantizados y negociados en otros ámbitos y no dependían de la campaña electoral realizada por los candidatos oficiales.

⁵⁵ Amaro Joaquín, *Discursos del general Obregón*, México, Biblioteca de la Dirección General de Educación Militar, 1932, p. 121

En el extremo de la pluralidad democrática y sobre todo, de la certeza sobre los resultados Pascual Ortiz Rubio declaraba “los exhorto para que a su debido tiempo acudan a las urnas y con toda fe depositen su voto ¡no importa para quien! no viene este candidato del Partido Nacional Revolucionario a solicitar los sufragios para él”⁵⁶. La confianza de los candidatos oficiales en resultados favorables, les permitía pedir el voto para cualquier opción, esta seguridad en los resultados llevó a que Lázaro Cárdenas no solicitara en sus discursos el voto de los ciudadanos.

Las campañas electorales desarrolladas durante los años 1940-1964 corresponden a los años de hegemonía del Partido Revolucionario Institucional y a la no competitividad, en los hechos era un régimen autoritario⁵⁷. Los candidatos del partido oficial entendían que entre las funciones de sus campañas no estaba obtener el voto ciudadano, únicamente los que lo consideraban necesario lo solicitaban. En cuanto a las peticiones del voto hechas por los candidatos de este periodo se observó lo siguiente:

Miguel Alemán no solicitaba el voto de los ciudadanos. En los discursos de 1964 estas circunstancias cambiaron, Díaz Ordaz sí alentaba el voto en su favor: “pueblo de México, te pido tu voto que me permitirá ser el siervo de la nación”⁵⁸, en su discurso, un voto por el candidato del Partido Revolucionario Institucional era un voto por la revolución. En la campaña de 1964 el candidato expresaba: “venimos a solicitar su solidaridad en las urnas a través del libre ejercicio del sufragio... que estamos seguros que ha de ser a favor de

⁵⁶ Pascual Ortiz Rubio, *Op. cit.*, p. 34

⁵⁷ Para Molinar Horcasitas la suma de las características del régimen político mexicano, entre las que cuenta la fuerte centralización de los procesos políticos y electorales, la autocalificación de los procesos electorales, la fusión del Partido del Estado y la administración pública y la aplicación sistemática de procedimientos de manipulación electoral dan como resultado “el dominio casi absoluto de un partido y, por el otro, la no competitividad de las elecciones” Juan Molinar Horcasitas, *El tiempo de la legitimidad, elecciones, autoritarismo y democracia en México*, México, Cal y Arena, 1991, p. 28

los principios de la Revolución y venimos también a ofrecerles nuestra fraternal preocupación por sus carencias y limitaciones”⁵⁹.

Con total seguridad sobre los resultados electorales los candidatos postulados por el PRI en las elecciones presidenciales de 1970-1982, en pocas ocasiones pedía el voto. Luis Echeverría candidato tipo de estas campañas electorales, cuando solicitaba los votos lo hacía en favor de la revolución y de una manera muy elaborada: “la revolución me ha entregado su bandera, la recojo... y en el nombre de ella vengo a solicitar su apoyo y su voto... apoyo al programa de desarrollo económico y de justicia social, metas irrenunciables del PRI y de nuestro movimiento reivindicador”⁶⁰. Para Luis Echeverría el voto suponía principios legitimadores como la revolución, la historia y la justicia social. La emisión del voto a favor del PRI suponía la aprobación de ciertos principios: la revolución, la justicia social y mejores condiciones de vida.

Durante el proceso electoral de 1970, el candidato tenía tal seguridad sobre los resultados y sobre lo innecesario de solicitar el voto que declaraba: “como fenómeno natural, ganaremos siempre las elecciones; como una consecuencia lógica irán los electores, cada vez, de modo más natural y fácil a votar en las urnas por la revolución”⁶¹. Desde luego, que en sus discursos, la elección y el triunfo de su partido eran la consecuencia del camino histórico nacional: “votar es un acto trascendental que requiere pensar en la historia de México”⁶².

⁵⁸ Gustavo Díaz Ordaz, *Op. cit.*, p. 91

⁵⁹ *Op. cit.*, p. 467

⁶⁰ Luis Echeverría Álvarez, *Op. cit.*, p. 231

⁶¹ *Op. cit.*, T. II, p. 69

⁶² *Op. cit.*, T. IV, p. 379

En las campañas de 1920-1982 cuando los resultados favorables eran seguros, los candidatos del PRI afirmaban que lo importante era combatir el abstencionismo y pedían a los ciudadanos que ejercieran su derecho al voto. En 1988 ante condiciones políticas muy distintas Carlos Salinas de Gortari declaraba: “nuestro adversario principal no es el abstencionismo, es la oposición, y a quien se debe proveer para que vaya a votar es a los simpatizantes de nuestro partido, del resto que se encarguen sus propios promotores”⁶³. Con esta declaración, el candidato del PRI aceptaba las nuevas circunstancias de competencia y de disputa por los resultados electorales.

En cuanto a las peticiones directas del voto Carlos Salinas declaraba “habremos de dar una gran batalla para conseguir democráticamente el voto comprometido de la mayoría de los mexicanos”⁶⁴, al igual que sus antecesores, vinculaba los votos emitidos en su favor con la aprobación de un programa político “les pido... que hagan de mi voz un programa, que por la vía del voto junto con el de la mayoría de los mexicanos, en elecciones limpias y transparentes me permitan llegar a la presidencia”⁶⁵.

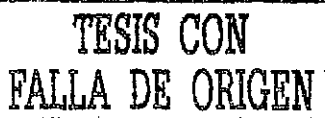
En la elección de 1994 Ernesto Zedillo, candidato del PRI, parecía estar más preparado para aceptar la competencia electoral; en sus discursos aceptaba la competencia como parte importante de los procesos democráticos. Con un discurso moderado se limitaba a solicitar: “quiero pedirles, con la mayor humildad, su apoyo. Quiero pedirles que se unan a esta causa. Quiero pedirle sin duda, su voto, el voto de cada uno de ustedes”⁶⁶.

⁶³ *Op. cit.*, T. VI, p. 71

⁶⁴ *Op. cit.*, T. VI, p. 59

⁶⁵ *Op. cit.*, T. II, p. 13

⁶⁶ Ernesto Zedillo Ponce de León, *Op. cit.*, p. 20



La idea de que un voto a favor del PRI era un voto en favor de la revolución, fue abandonada en los discursos de Ernesto Zedillo: “los convoco a que con nuestro voto participemos en la consolidación democrática de México... un voto por el PRI es un voto por la reactivación económica, por más empleo y mejores ingresos”⁶⁷. En relación con los votos y como parte de la aceptación pública del candidato del PRI sobre el manejo que se hacía de los resultados electorales declaraba: “el PRI no quiere ni necesita un sólo voto al margen de la ley, pero también sabrá defender cada sufragio emitido a nuestro favor. No queremos votos al margen de la voluntad popular, pero tampoco queremos negociaciones a espaldas del electorado”⁶⁸.

Una variable más para conocer las funciones de las campañas y los discursos, se encuentra en lo que los candidatos triunfadores expresaban sobre los partidos de oposición. Cuando los candidatos oficiales veían como algo peligroso la participación de la oposición en las elecciones, simplemente la descalificaban. Pero cuando su fuerza era tan poca que con dificultad daba la legitimidad necesaria a un régimen pretendidamente competitivo y plural los respetaban, alentaban y los respaldaban con sus discursos.

Álvaro Obregón fue el candidato que inició la tradición del discurso político mexicano de descalificar a los competidores señalándolos como poco democráticos. En una elección competitiva Álvaro Obregón declaraba “el candidato civilista tiene miedo de que, si lo sacan a la jira (sic), las rechiflas que cosechará a su paso por los estados de la

⁶⁷ *Op. cit.*, T. IV, p. 35

⁶⁸ *Op. cit.*, T. IV, p. 270

república”⁶⁹. En 1920, Obregón acusaba a “los réprobos y apóstatas de la democracia, llamados oficialmente civilistas”⁷⁰.

Las características del discurso electoral de Álvaro Obregón obedecían a las condiciones de competencia, era demasiado fuerte, enfático y hasta cruel ante condiciones competitivas. Una vez que Bonilla fue derrotado por la vía armada, declaraba: “ el partido Bonillista, el funesto partido bonillista, ridículo en la vida política de nuestra república quedará grabado en nuestra historia...”⁷¹.

En condiciones de competencia y de desventaja en imagen pública, las referencias a la oposición en los discurso de Pascual Ortíz Rubio, estaban cargadas de acusaciones y adjetivos: “Vasconcelos maestro de traiciones y maestro de hipocresías... ahora se deja administrar cerebralmente, por dos enemigos jurados del maderismo que son consumados porfiristas convencidos”⁷². La disputa no era en términos de proyectos sino en el terreno ideológico, se disputaban la posesión de los símbolos patrios y de los héroes nacionales.

Cuando las condiciones electorales se modificaron, también lo hizo el discurso oficial. Lázaro Cárdenas mantuvo dos posiciones distintas que nos hablan del cambio de percepción que existía sobre la oposición: “con respecto a la oposición y su actitud de violencia creo que habrá lucha, es mejor que la haya... la lucha, si la hay, sea decente y caballerosa”⁷³. Evidentemente la oposición acusaba al régimen y al candidato de favoritismo y violencia, pues Cárdenas se vio obligado a declarar que: “ respetaré y haré

⁶⁹ Joaquín Amaro, *Op. cit.*, p. 197

⁷⁰ *Op. cit.*, p. 197

⁷¹ *Op. cit.*, p. 220

⁷² Se refería a Vito Alessio Robles y Miguel Lanz Duret. Pascual Ortíz Rubio, *Op. cit.*, p. 273

⁷³ Instituto de Capacitación Electoral, *Op. cit.*, p. 43

que mis amigos respeten toda campaña que se desarrolle a favor de cualquier otra candidatura”⁷⁴.

Fue durante la campaña de Miguel Alemán en 1946 que se marcaron los cambios en el discurso. Fue el primer candidato que utilizó un discurso que, por un lado, alentaba la participación electoral de la oposición, y por el otro, argumentaba que el candidato del PRI era el único capaz de defender los intereses e ideales de la revolución mexicana; aseguraba: “estamos interesados porque quienes se crean con apoyo popular concurren al campo electoral para hacer estas demostraciones... dentro de la consolidación y respeto para los otros candidatos”⁷⁵. Ante la fuerza que adquirió la campaña de Ezequiel Padilla declaraba “desechamos toda actitud política que se finque en injurias apasionadas y violentas, pues no es patriótico perturbar el ánimo de las fuerzas vivas del país, o que postule principios y procedimientos utópicos al margen de las realidades apremiantes y verídicas del noble pueblo”⁷⁶.

Este discurso y la defensa de una concepción del país como la única válida, que utilizó Miguel Alemán, se consolidaron durante la campaña de Gustavo Díaz Ordaz, él pedía a los revolucionarios que no aceptaran las provocaciones y que respetaran el decoro y la dignidad de los contendientes, sin embargo, conservó la propiedad de la historia y descalificó a la oposición declarando: “hay partidos que no luchan contra nosotros, luchan contra la historia de México, por eso les duele que la invoquemos”⁷⁷.

⁷⁴ *Op. cit.*, p. 45

⁷⁵ Miguel Alemán Valdés, *Op. cit.*, p. 133

⁷⁶ *Op. cit.*, p. 183

⁷⁷ Gustavo Díaz Ordaz, *Op. cit.*, p. 329

Sobre el candidato del Partido Acción Nacional, Gustavo Díaz Ordaz declaraba. “yo también deseo fervientemente que el Señor Licenciado González Torres viva, goce de cabal salud, y disfrute de las garantías y las libertades que la constitución le brinda... sé que se trata de un hombre honrado en su convicción y, por tal concepto, respetable”⁷⁸. Los candidatos del PRI se referían a los partidos de oposición como a menores de edad, la oposición era permitida, tolerada, respetada y alentada en tanto cumpliera con dos condiciones: dar legitimidad al régimen, y no hacer peligrar la cómoda y amplia ventaja del partido en el gobierno.

Muy poco podemos decir sobre la importancia de la oposición en los discursos de los candidatos de 1970-1982; se puede decir muy poco porque en 1970 no hubo una competencia significativa, en 1976 ni siquiera hubo un candidato opositor registrado y en 1982 el candidato del PRI gozaba de una cómoda ventaja. En el extremo José López Portillo fue candidato único, por lo tanto, la oposición no fue un asunto que los candidatos del PRI trataran en sus discursos, a pesar de esta falta de competencia. pronunciaban discursos y realizaban campañas, porque una de las finalidades de sus discursos era la de dotarlos de respaldo social.

Como muestra de la absoluta seguridad sobre los resultados electorales y como evidencia del uso de la campaña electoral como una actividad que buscaba únicamente poner al candidato en contacto directo con el mayor número posible de ciudadanos, tan sólo en una ocasión Luis Echeverría declaró ante universitarios: “no podría ganar Acción Nacional en México porque representa tradiciones retardatarias”⁷⁹.

⁷⁸ *Op. cit.*, p. 379

⁷⁹ Luis Echeverría Álvarez, *Op. cit.*, p 124

Fue hasta la elecciones de 1988-1994 que las campañas y los discursos electorales se convirtieron en el instrumento que permitía a los candidatos del PRI insertarse en el proceso de competencia, los candidatos reconocieron que existían otros partidos políticos compitiendo por los votos. El candidato que mayor dificultad tuvo para asumir estos cambios fue Carlos Salinas de Gortari quien descalificaba a la oposición declarando: “estamos empeñados en derrotar políticamente a la reacción y a los promotores de la desgracia y la amargura aquellos cuya fuerza iría en aumento en la misma medida en que el país se debilita”⁸⁰.

En 1988, para Carlos Salinas de Gortari, la formación del Frente Democrático Nacional y la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas fue una traición, que se convirtió en un asunto personal. En 1988 el tradicional lenguaje moderado y el tono paternalista utilizado por los candidatos del PRI para referirse a los partidos de oposición fue abandonado: “respeto a la oposición de arraigo, no sólo por sus sueños de genuina lucha, sino por sus convicciones. Respeto a los miembros de la oposición que la sostienen y han venido sosteniendo en los hechos. Pero a la de paso, a la de temporal, la que busca florecer con el agua del sufrimiento de los mexicanos, a esa oposición oportunista sin propuesta consistente para resolver los problemas de México, opongámosle nuestra opción popular. Si con esa rapidez cambian por razones electorales, podemos entender porqué cuando tuvieron responsabilidad de mando hicieron lo contrario a lo que hoy reclaman”⁸¹.

En 1994 las menciones que hacía Ernesto Zedillo sobre la oposición eran medidas y no tenían la dosis de rabia que se pudo observar en los discursos de Carlos Salinas. El

⁸⁰ Carlos Salinas de Gortari, *Op. cit.*, T. IV, p. 67

⁸¹ *Op. cit.*, T. IV, p. 112

candidato del PRI en 1994, se limitaba a declarar: “tengo un gran respeto y consideración por los otros candidatos a la presidencia”⁸². Aunque también recurría a la ironía: “los de la oposición todavía no se resignan. Vamos a darles una semana para que se resignen, para que no sufran el 21 de agosto, cuando se declare nuestro triunfo. Que conste que ese grito de: ¡vamos a ganar! no es triunfalismo, es un apoyo psicológico que le estamos dando a la oposición para que se vaya acostumbrando, para que no le duela tanto”⁸³.

Reconociendo la reciente importancia de los procesos electorales en México, Ernesto Zedillo declaraba: “en otros tiempos la oposición señalaba al PRI y a sus candidatos como carentes de voluntad de pasar la prueba de la legalidad y las urnas en México. En estas elecciones somos nosotros quienes invitamos a los partidos de oposición a pasar la prueba democrática, a demostrar su capacidad de convocatoria política en el proceso electoral”⁸⁴.

En las elecciones de 1988 a 1994, las condiciones de competencia electoral se modificaron y la disputa por los votos fue una realidad. En el periodo de la competitividad los candidatos dedicaban una gran parte de sus discursos a pedir el voto, pronunciando discursos sumamente arengosos, por ejemplo: *Vota por el PRI, tres veces: PRI, PRI, PRI, o ¿quién va a ganar?: El PRI.*

En la campaña de Salinas de Gortari en 1988 la oposición se convirtió en una fuerza real, cuya existencia causaba desconfianza en el PRI y su candidato. La oposición ya no fue respetada y alentada; fue un enemigo a vencer. El candidato la mencionaba con adjetivos para desprestigiarla y vencerla. Después del accidentado proceso electoral de 1988, Ernesto

⁸²Ernesto Zedillo Ponce de León, *Op. cit.*, T. I, p. 308

⁸³*Op. cit.*, T. IV, p. 488

Zedillo se vio obligado a crear un ambiente de respeto democrático, la oposición era el contrario pero no se le descalificaba, simplemente se aseguraba que las propuestas priistas eran mejores.

La competencia electoral determinó estas modificaciones. Al respecto la campaña de Álvaro Obregón es ilustrativa: las condiciones de competencia que enfrentó fueron adversas, por eso cuando se hablaba del candidato oficial, Ignacio Bonilla y del Partido Republicano Nacionalista, lo hacía en un tono irónico, burlón y de descalificación.

Cuando no había competencia no era necesario pedir los votos, se respetaba y se alentaba el crecimiento de la oposición; cuando la competencia fue real se combatió a la oposición y fue la misma competencia la que dio la legitimidad necesaria a los candidatos ganadores: los candidatos del PRI.

Podemos afirmar que a una mayor competencia corresponde una mayor descalificación hacia los partidos y candidatos opositores, por parte de los candidatos que resultan ganadores, también corresponde una más frecuente petición de votos. Cuando no había competencia la campaña electoral se concebía como el medio adecuado para que los candidatos conocieran la realidad nacional y entraran en contacto con los ciudadanos, únicamente cuando hay competencia, es cuando se asume que la campaña electoral debe servir para disputar los votos y por lo tanto se solicitan.

⁸⁴ *Op. cit.*, T. IV, p. 230

2.1.2. La historia y los héroes

La función esencial de las campañas y los discursos electorales fue fomentar la creencia de la población en la elección, en las bondades del candidato y reactivar las esperanzas de la población.

Los candidatos triunfadores del México post-revolucionario han buscado su legitimidad, con sus discursos electorales apelando a dos sentimientos que están íntimamente unidos: las referencias a la historia y las menciones a los partidos que postularon a los candidatos.

En los contenidos de los discursos no hay modificaciones relevantes, los temas y la forma de abordarlos son básicamente los mismos cuando menos de 1920 a 1982; por las condiciones de la competencia los discursos de 1988 a 1994 sufrieron ligeras variaciones.

La referencia a un pasado histórico estuvo presente de 1920 a 1994. Los candidatos basaron parte de sus discursos en esta relación con la historia y a través de ella buscaron legitimarse. Para todos los candidatos a partir de Álvaro Obregón fue esencial mencionar las “grandes gestas históricas del pueblo de México”. Lo interesante no son tanto las referencias históricas, sino que buscaban dar la idea de que ellos eran los “herederos legítimos” de ese pasado histórico y que serán ellos quienes continúen defendiendo las causas por las que un día murieron los héroes nacionales.

Esta costumbre la inició Álvaro Obregón, quien basó su campaña de 1920 en referencias a la revolución y a la lucha por el sufragio efectivo. En todos sus discursos mencionaba su participación en la revolución, en las ciudades que visitaba describía los

combates que había tenido en esa ciudad junto con los héroes locales. Obregón no sólo había “luchado en las grandes batallas del pueblo de México”, además, era el heredero y defensor legítimo de todos esos ideales. Esta forma de concebir la historia fue retomada por todos los candidatos del partido oficial, que se apropiaron de los ideales, la formación, los objetivos y la historia de México. En los discursos, el partido y los candidatos son resultado de las transformaciones históricas de la nación: la independencia, la reforma y la revolución, en general, los candidatos tenían una interpretación lineal de la historia, y en la fila de acontecimientos seguía la formación del partido y la candidatura en turno.

En los discursos se puede observar una clara intención de continuidad. Lo declarado por los propios candidatos es el mejor ejemplo de esta intención. Álvaro Obregón en campaña declaraba: “la revolución todo lo removió, todo lo destruyó y ahora nos presentamos los vástagos de aquella revolución a reconstruir sobre nuevos cimientos”.⁸⁵

Para Pascual Ortiz Rubio la lucha del apóstol Madero fue continuada por Carranza, Obregón y Calles. Lázaro Cárdenas con esta misma visión de la historia declaraba: “me considero unido, en acción y en responsabilidad, a todos los viejos luchadores que con su esfuerzo contribuyeron a crear un estado social nuevo y un régimen de orientación salvadora”⁸⁶.

Los candidatos de 1940 a 1964 continuaron dando una interpretación lineal y presentándose como únicos herederos de la historia. En los discursos pronunciados durante la campaña de 1946 Miguel Alemán afirmaba: “En México podemos y debemos tener conciencia de que los principios fundamentales de nuestra Revolución entonan lo que

⁸⁵ Amaro Joaquín, *Op. cit.*, p. 78

⁸⁶ Instituto de Capacitación Política, *Op. cit.*, p. 39

ahora es aspiración universal... consolidar y hacer cada vez más fructifera los logros de nuestra propia Revolución⁸⁷.

Reconociendo los problemas declaraba “pese a las vicisitudes de nuestras luchas sociales de más de siglo y medio un claro derrotero de perfeccionamiento en las aspiraciones sociales que se advierten como esencial en nuestra historia... en México en virtud de la revolución estamos en posibilidades de labrarnos por nosotros mismos un destino envidiable⁸⁸”.

El candidato Díaz Ordaz a medida que se acercaba el día de la elección declaraba: “los que militamos bajo las banderas de la revolución representamos la razón histórica de México que viene del sacrificio de Cuauhtémoc, Hidalgo, Morelos, Guerrero, Juárez, Madero y Carranza”.⁸⁹ Declaraba “al conjuro de nuestros héroes y de nuestras gestas, busco la fortaleza, la templanza, y la prudencia necesarias para desempeñarme mediante el voto de los ciudadanos, la suprema responsabilidad de la nación⁹⁰”.

Esta intención de asumir al Partido Revolucionario como el representante de los ideales nacionales quedó expresado en la elección de 1970, cuando Luis Echeverría declaró: “en la revolución mexicana están contenidos y perfeccionadas las ideas de Hidalgo y Morelos; de Juárez de Melchor Ocampo, Madero y Carranza de Zapata a Villa, de Obregón a Calles”.⁹¹

⁸⁷ Miguel Alemán Valdés, *Op. cit.*, p. 64

⁸⁸ *Op. cit.*, p. 87

⁸⁹ Gustavo Díaz Ordaz, *Op. cit.*, p. 1196

⁹⁰ *Op. cit.*, p. 127

⁹¹ *Op. cit.*, p. 124

La ideología del sistema, poco a poco fue creando una especie de “santuario” de héroes mexicanos. Los candidatos elegían un héroe nacional, a quien se referían en todos sus discursos, durante toda la campaña. Los candidatos seleccionaban al héroe que defendió la causa que ellos abanderan: Álvaro Obregón buscó el sufragio efectivo a la sombra de Madero; Cárdenas se limitaba a mencionar las tres grandes guerras: la independencia, la reforma, la revolución; Díaz Ordaz, en todos sus discursos aludía a Benito Juárez.

Los candidatos de 1920 a 1982, concebían la historia como un acontecimiento lineal y continuo: la guerra de independencia con Hidalgo y Morelos, la de reforma con Juárez y la revolución con Madero, Carranza y Obregón. Consideraban que la institucionalización de esta revolución se logró con la formación del Partido Nacional Revolucionario que se fundó para defender por la vía civil “los sagrados postulados de la Revolución”. De esta herencia histórica y de sus éxitos era resultado la única institución legítima: el partido oficial y el candidato en turno. Esto explica porqué los candidatos iniciaban su campaña en Querétaro y en Guanajuato, en lo que ellos consideraban “cunas de las gestas nacionales”.

En los discursos de 1920-1982 los candidatos buscaban el apoyo ciudadano al mencionar a su partido como el heredero y el resultado de las luchas históricas de la nación mexicana. De 1988 a 1994 los candidatos del PRI abandonaron las referencias sobre la historia.

En este lapso la costumbre nacida con la campaña de Álvaro Obregón en 1920, de mencionar en cada ciudad que visitaban sus luchas y héroes desapareció, los candidatos no tuvieron un héroe preferido.

En 1988, Carlos Salinas de Gortari rompió con la historia; muy pocas veces mencionaba el pasado de su partido. Sus alusiones a la historia tuvieron que ver con la disputa por el referente histórico más importante del Frente Democrático Nacional: Lázaro Cárdenas y declaraba: “cuando hablamos de la soberanía nacional, de la justicia social, de la reforma agraria, hablo del héroe que todos admiramos y respetamos, el héroe patrimonio de México: Lázaro Cárdenas del Río”⁹² Para que no quedara ninguna duda sobre la disputa por la imagen del general remarcaba: “Admiramos y respetamos al mexicano extraordinario que es Lázaro Cárdenas... es ejemplo y orgullo para todos los mexicanos”⁹³.

La importancia de la historia se destacó un poco más en los discursos de Ernesto Zedillo, pero las menciones fueron mesuradas: “El PRI es el legítimo heredero del liberalismo mexicano, del ejemplo de Juárez, del apostolado de Madero o de los principios del constituyente de 1917”⁹⁴. En 1994 las menciones de la historia fueron utilizadas para legitimar una tendencia política y económica: el liberalismo, Zedillo ya no era el heredero de toda la historia, era el heredero de los liberales.

Ernesto Zedillo solamente mencionó a un héroe no liberal: Emiliano Zapata, estas referencias fueron una respuesta al levantamiento armado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en Chiapas, al igual que en el caso de Salinas de Gortari con Lázaro Cárdenas, Zedillo mencionaba a Zapata porque representaba la disputa por la apropiación de un símbolo histórico, con la oposición representada por el EZLN, mencionaba: “la lucha de Zapata constituye el principio sagrado de nuestra historia y será siempre motivo de

⁹² Carlos Salinas de Gortari, *Op. cit.*, T. I, p. 136

⁹³ *Op. cit.*, T. IX, p. 100

⁹⁴ Ernesto Zedillo Ponce de León, *Op. cit.*, T.I, p. 24

devoción del partido surgido de la Revolución Mexicana orgullosamente nuestro Partido Revolucionario Institucional”⁹⁵.

Las pocas referencias a la historia en los discursos de los candidatos triunfadores de 1988-1994 obedecieron a su agotamiento como fuente de legitimidad. La historia fue suficiente en un régimen no competitivo, pero cuando las reglas del juego se modificaron y hubo competencia electoral, fue necesario buscar otras fuentes de legitimidad. Los índices educativos, el agotamiento de los modelos de desarrollo y sus resultados impusieron a los candidatos la necesidad de transformar su discurso.

El otro tema con el que los ganadores buscaban legitimarse está unido al primero; son las referencias al partido que postula a los candidatos. Esta tendencia la inició Álvaro Obregón, quien fue postulado por el Partido Liberal Constitucionalista, al que sólo mencionó en tres ocasiones. Prefería denominarse como el candidato de la revolución, o como candidato independiente que defendería los principios traicionados de la revolución declaraba: “el Partido Liberal Constitucionalista, cuyo vía crucis político se ha venido desarrollando bajo la hostilidad de los poderosos, y bajo la calumnia de los imbéciles da un ejemplo a la República, colocándose sobre un plano moral donde no podrán alcanzarlo”⁹⁶

Pascual Ortíz Rubio, el primer candidato del Partido Nacional Revolucionario, mencionaba el nombre completo del partido, pero para destacar que los revolucionarios lograron agruparse para defender los ideales de la revolución, afirmaba “en nombre del Partido Nacional Revolucionario que es símbolo de fuerza y energía pero también de paz y concordia, hago un llamado para agrupar a la familia revolucionaria en un sólo haz de

⁹⁵ *Op. cit.*, T.II, p. 154

⁹⁶ Amaro Joaquín, *Op. cit.*, p. 147

voluntades”⁹⁷. En otra ocasión declaró “al Partido Nacional Revolucionario toca recoger los laureles, porque mi persona es tan insignificante, que la consideró indigna de reflejar en ella todo el espíritu grandioso que anima a mi partido”⁹⁸.

Los candidatos del PNR-PRM postulados entre 1920 y 1934 se expresaban de su partido como el heredero de este pasado y como el único legítimo. Estas pretensiones de universalidad son evidentes con lo declarado por el primer candidato del PNR, Pascual Ortíz Rubio: “ el Partido Nacional Revolucionario es el único y verdadero representante del pueblo”⁹⁹. Para Lázaro Cárdenas: “el Partido Nacional Revolucionario representa la fuerza organizada de la revolución”,¹⁰⁰ explicaba la creación de su partido afirmando que “el Partido Nacional Revolucionario fue creado con sinceros propósitos de fraternidad colectiva... sus tendencias como organismo político, fueron claramente establecidas para fomentar la función cívico electoral y garantizar la autenticidad del voto, eliminando conflictos innecesarios entre los componentes del régimen revolucionario y para mantener dentro de su seno, como garantía de éxito, una celosa disciplina de principios y procedimientos que no permita el menoscabo de los ideales de la revolución”¹⁰¹

Los candidatos de 1940 a 1964 no mencionaban la importancia y trascendencia de la formación del partido. Miguel Alemán fue mucho más moderado en cuanto a su concepción del partido que sus antecesores: “la reorganización del Partido de la Revolución Mexicana debe convertirlo no sólo en un organismo electoral, sino en una permanente institución

⁹⁷ Pascual Ortiz Rubio, *Op. cit.*, p. 17

⁹⁸ *Op. cit.*, p. 50.

⁹⁹ *Op. cit.*, p. 36.

¹⁰⁰ Instituto de Capacitación Política, *Op. cit.*; p. 42

¹⁰¹ *Op. cit.*, p. 42

democrática para el pueblo”¹⁰². Como puede observarse ya no se concibe al partido como la creación y encarnación de los “gloriosos valores revolucionarios” y empieza a ser concebido como una organización electoral.

En la campaña electoral de 1964, Díaz Ordaz dejó de lado la idea del PRI como el único y universal al reconocer que “aun cuando estoy postulado por un partido eminentemente mayoritario pero que no agrupa ni con mucho, a la totalidad de los ciudadanos del país... yo aspiro a ser el presidente de todos los mexicanos”¹⁰³.

El candidato declaraba: “nuestras mayorías expresan su voluntad política a través del Partido Revolucionario Institucional que no tan sólo es un partido de hondas raíces porque representa las mejores causas históricas de México, sino que es también un partido moderno de gestión social, que reúne ciudadanos grupos y sectores y defiende no sólo su forma de pensar sino sus intereses sociales y económicos”.¹⁰⁴ Es decir, su partido como la única opción posible para México.

En la sociedad y dentro del partido debieron existir descontentos hacia el Revolucionario Institucional y su candidato, que explican las amenazas que pronunció en el mes de marzo en Guelatao, Oaxaca: “No es con la asunción, con la indisciplina al Partido Revolucionario Institucional con pleitos... como ustedes van a encontrar los caminos para resolver los problemas... porque es antirrevolucionario que por intereses pequeños de individuos el pueblo se divida”¹⁰⁵. En el mismo mes, en Valle Nacional, Oaxaca declaraba: “yo pediría a los que no estén conformes con los lineamientos de disciplina, de armonía y

¹⁰² Miguel Alemán Valdés, *Op. cit.*, p. 69

¹⁰³ Gustavo Díaz Ordaz, *Op. cit.*, p. 90

¹⁰⁴ *Op. cit.*, p. 20

¹⁰⁵ *Op. cit.*, TII, p. 246

de concordia de nuestro partido que lealmente se vayan a Acción Nacional o cualquier otro partido¹⁰⁶.

En los discursos de campaña pronunciados de 1920 a 1964 la legitimidad de los candidatos y el éxito electoral radicaban en que eran postulados por el partido de la revolución, formado por los héroes nacionales. Curiosamente los candidatos casi no mencionan a su partido y sí mencionaban con frecuencias su propia versión de la historia. Parece que el partido era insuficiente por sí mismo para dar legitimidad, por lo tanto, era necesario regresar a las ideas que lo habían fundado: la independencia, la reforma y la revolución con su cauda de héroes.

En la campaña electoral de 1970, para Luis Echeverría la aceptación derivaba de la historia y de su pertenencia al Partido Revolucionario Institucional, la campaña y los discursos no eran para competir; esta función de rito fue claramente expresada por Luis Echeverría cuando declaró: "cada seis años, al renovarse nuestro régimen democrático, el gobierno de la república, reverdecen las esperanzas"¹⁰⁷.

En las campañas de 1970-1988 la no-competencia continuó; los candidatos, independientemente de tener garantizado el triunfo, intensificaron y cambiaron el formato de su campaña y discursos, porque su necesidad de legitimidad cambió.

Por el contexto social en el que se desarrollaron las campañas de 1970-1982, las referencias al partido y a la historia eran insuficientes para dar la legitimidad necesaria a los candidatos, este problema fue resuelto buscando fuentes alternativas de legitimidad, fuentes a las que fueran sensibles los sectores agraviados y escépticos, por ejemplo: "soy un

¹⁰⁶ *Op. cit.*, TII, p. 47

elemento de la UNAM que va a recorrer el país para confrontar sus convicciones ideológicas de nuestra patria... pido a la juventud de México que me dé su voto y luego me ayude en una actitud de autocrítica a depurar las corrientes revolucionarias". La aprobación también empezó a basarse en supuestas capacidades administrativas.

Luis Echeverría afirmaba "nuestras mayorías expresan su voluntad política a través del Partido Revolucionario Institucional, que no tan sólo es un partido de hondas raíces porque representa las mejores causas históricas de México, sino que es también un partido moderno de gestión social, que reúne ciudadanos, grupos y sectores y defiende no sólo su forma de pensar sino sus intereses sociales y económicos"¹⁰⁸.

La legalidad, las instituciones y las fuentes de legitimidad eran tan flexibles que, al mismo tiempo que permitían caracterizar al partido como el artífice de la justicia social, el progreso y la estabilidad económica, también posibilitaban que mediante el discurso, no se toleraran la crítica ni la disidencia dentro del partido calificando como un traidor a aquel que no se sometiera a la interpretación y justificación revolucionaria del partido y su candidato.

En las campañas de 1988 a 1994, los candidatos dejaron de buscar su aceptación en las referencias a la historia; mencionaron con mucha frecuencia a su partido y se identificaban como los candidatos de un gran partido. Esta relación no sólo se buscó mencionando al partido y sus siglas, también se alentó un acercamiento con los militantes.

¹⁰⁷ Luis Echeverría Álvarez, *Op. cit.*, T. II, p. 86

¹⁰⁸ *Op. cit.*, T. I, p. 20

Carlos Salinas de Gortari declaraba: “Quiero rendir un justo y legítimo homenaje a todos los militantes de base, a estos auténticos priístas que realizan su trabajo con convicción”¹⁰⁹.

Esta búsqueda de identidad fue reforzada cuando los candidatos ganadores buscaban establecer una diferencia entre el PRI y los otros partidos. En la campaña de 1988, Carlos Salinas de Gortari declaraba: “el PRI, es un partido de instituciones y no de caudillos ni de caciques, es el verdadero abanderado de las causas populares”¹¹⁰, lo que se interpretaba como que los demás no abanderaban las causas populares. En un tono más enérgico y excluyente declaraba: “El PRI es un partido fuerte, más fuerte de lo que supusieron los pocos, muy pocos que se fueron, y que al irse del partido pensaron que muchos los seguirían... lamentables errores de cálculo cometieron quienes por no conocer al partido subestimaron su fuerza, su convicción y su gran arraigo en el pueblo”¹¹¹.

Los discursos de Salinas de Gortari dejan ver una total incapacidad para aceptar la competencia, y lo muestran como un candidato autoritario y nada democrático, cuando amenazaba: “en política las alianzas tienen un valor, aquellas que se hacen con mi partido tendrán una respuesta positiva en los hechos. Aquellas que se hagan contra mi partido deben, también en los hechos, vivir las consecuencias”¹¹². Como una muestra de las dificultades para asumir los cambios y en un tono más autoritario, exigía: “La gestoría es indispensable para ir dando respuesta a las esperanzas de nuestros simpatizantes sobre la capacidad del partido para resolver sus problemas. Y en ésta pediremos a las autoridades

¹⁰⁹ Carlos Salinas de Gortari, *Op. cit.*, T.I, p. 166

¹¹⁰ *Op. cit.*, p. 74

¹¹¹ *Op. cit.*, T. V, p. 31

¹¹² *Op. cit.*, T. VIII, p. 120

que nosotros hemos llevado al poder que primero respondan a la gestoría de los miembros del partido, antes que a los de la oposición”¹¹³.

En los discursos de 1994 el candidato oficial, Ernesto Zedillo, en congruencia con los tiempos de la transición democrática afirmaba: “como partido en el poder, el PRI está obligado a ser el primero en buscar con ahínco el avance democrático; está obligado a efectuar, con la mayor transparencia, todas sus acciones y su participación electoral... tengo absoluta confianza en nuestra plataforma electoral, en nuestro programa político y en nuestra propuesta de campaña”¹¹⁴.

Ernesto Zedillo buscó la aprobación a través de la eficacia administrativa, aseguraba “somos el partido que le ha dado paz social a nuestro país. Somos el partido que reconoce los problemas tan graves que subsisten en nuestra patria que propone soluciones viables”¹¹⁵. Para Ernesto Zedillo despertar la simpatía del electorado y que depositaran sus votos a favor del PRI, dependía de que demostraran que eran una opción efectiva frente al caos e inseguridad que generaba la oposición, aún sin ser gobierno.

En la elección de 1994 el candidato del PRI apelaba al voto del miedo: “frente a los saltos al vacío el PRI es el partido de la certeza, del cambio responsable, es el partido que asume las demandas”¹¹⁶. Por supuesto, también trataba de identificar a su partido con las aspiraciones sociales que en ese momento se expresaban: “el PRI es el partido de la democracia y la legalidad; es el partido de la transparencia electoral”¹¹⁷.

¹¹³ *Op. cit.*, T IV, p. 140

¹¹⁴ Ernesto Zedillo Ponce de León, *Op. cit.*, T.I, p. 27

¹¹⁵ *Op. cit.*, T.I, p. 68

¹¹⁶ *Op. cit.*, T. IV, p. 323

¹¹⁷ *Op. cit.*, T.IV, p. 48

En los discursos de campaña de 1988 a 1994, los candidatos del Partido Revolucionario Institucional no iniciaron sus actos en Querétaro o en algún otro sitio con significado histórico, como regularmente ocurrió de 1920 a 1982; casi no mencionaron la historia y los héroes fueron invocados en muy pocas ocasiones. Los candidatos ya no fueron los herederos de un pasado histórico, fueron los herederos de los logros del PRI. Dejaron de ser los candidatos de la Revolución y se convirtieron en los candidatos del Partido Revolucionario Institucional.

La historia fue insuficiente para generar los votos necesarios para ganar. Con base en esta necesidad, los candidatos acudieron a su partido, se transformaron en los candidatos del Partido Revolucionario Institucional, se mostraron orgullosos de su militancia en ese instituto político, aseguraron que llevaban en su corazón los ideales priístas, se convirtieron en los candidatos del PRI.

En estas elecciones, por las condiciones de competencia electoral, por el pasado autoritario y porque los mismos candidatos veían caducos algunos ideales de la revolución, se buscó la legitimidad en los resultados, en la estabilidad, en la continuidad y en la seguridad que las administraciones del Partido Revolucionario Institucional garantizaban, se buscó la legitimidad por resultados.

Los candidatos dejaron de referirse a la historia mencionando los ideales de la revolución y a héroes nacionales como: Carranza, Zapata, Obregón, Villa, Cárdenas y Calles. El hecho de que los candidatos triunfantes de 1988-1994 prefirieran mencionar al Partido Revolucionario Institucional, implicó que se apelara a sentimientos menos

universales, los candidatos asumieron que eran parte de una interpretación de la revolución, del acontecer y de formas de hacer política.

Una referencia tan amplia como lo es todo el pasado histórico de una nación, la convierte en una referencia poco efectiva para buscar legitimidad en un entorno competitivo, porque esos ideales están en disputa con las otras fuerzas. Por eso los candidatos triunfantes de 1988-1994, buscaron ser identificados como una interpretación e instrumentación de esta ideología: la interpretación del Partido Revolucionario Institucional.

2.1.3. El Presidente y la democracia

Por las características del régimen político mexicano, es necesario interrogarnos acerca de la relación que, por medio del discurso, establecían los candidatos con el presidente de la República y con la democracia. Comúnmente se considera que los candidatos oficiales buscaban dar una imagen de ruptura con el presidente, la realidad es que eso depende del momento histórico estudiado.

En la relación de los candidatos con el ejecutivo se pueden observar diferencias, la postura de los candidatos varió como una respuesta al contexto político que les tocó vivir. Álvaro Obregón en los primeros discursos de su campaña en 1920, mencionaba a Venustiano Carranza como el gran héroe que consumó la revolución luchando por los ideales maderistas; sus discursos cambiaron cuando Carranza no lo apoyó como candidato a

la presidencia, entonces Obregón lo señaló como un traidor de los ideales revolucionarios y le reclamó que se convirtiera en partidario de otro candidato.

Álvaro Obregón declaraba: “el actual primer mandatario de la República ciudadano Venustiano Carranza, quien fue, después de Madero, quien nos enseñó el camino del honor y del sacrificio para ir por él a la conquista de las libertades políticas”.¹¹⁸ Modificó su posición cuando Carranza no apoyó su candidatura, afirmando: “el actual primer mandatario de la nación olvidando su investidura de suprema autoridad se convirtió en jefe de una bandera política y puso al servicio de éstos todos los recursos de la nación”¹¹⁹. Los candidatos del maximato no tienen referencia al presidente sino alusiones al jefe Calles.

Los dos candidatos postulados durante el maximato (1928-1934) no se referían al presidente en turno, sino al jefe máximo Plutarco Elías Calles. Pascual Ortiz Rubio mencionaba con la misma frecuencia a Emilio Portes Gil y a Calles; se refería a ellos con respeto y destacaba su grandiosa obra. Lázaro Cárdenas no mencionaba a Abelardo Rodríguez, pero sí destacaba la obra realizada por Calles. Los candidatos postulados durante el maximato, reconocían con sus discursos a Calles como el centro del poder y se alejaron de la imagen del presidente.

Una vez que concluyó el maximato y la figura del presidente concentró el poder, el discurso electoral se modificó. Los candidatos buscaron dar la imagen de continuidad con el presidente; lo mencionaban con frecuencia en un tono sumamente respetuoso, reconocían su patriótica labor, su desinteresado empeño y cuando exponían algún plan de gobierno aseguraban que continuarían la obra realizada por el presidente en turno.

¹¹⁸ Amaro Joaquín, *Op. cit.*, p. 134

¹¹⁹ *Op. cit.*, p. 204

En la campaña electoral de 1946 Miguel Alemán calificaba como: “una dirección certera la de los presidentes Lázaro Cárdenas y Manuel Avila Camacho”¹²⁰. Díaz Ordaz en un tono más exaltado, declaraba que: “nada de lo que hoy deberemos hacer sería posible sin la acción que sin desmayo, con audacia, con decisión, ha realizado, entregando su vida el presidente Adolfo López Mateos”¹²¹.

Son dos las razones por las que los candidatos mencionaban frecuentemente al presidente en turno: los candidatos no eran suficientemente fuertes como para romper con el presidente, además, estaba involucrada una cuestión de legitimidad; al mencionar al presidente o ex presidentes, apelaban al sentimiento de identidad y reconocimiento de la población hacia el presidente saliente. Los candidatos buscaban una legitimidad fundada en el carisma y en las acciones; recuérdese que de 1940 a 1964, en el país se pusieron en marcha grandes proyectos de construcción de infraestructura, obras tangibles que beneficiaban a algunos sectores y daban esperanzas a los otros.

Durante las campañas de 1970-1982, a pesar de los cambios en el ámbito político y social, las referencias al presidente y a la democracia no se modificaron, poniendo en evidencia que continuaba la concentración del poder y que el régimen trataba de responder a las demandas de libertad y participación política, modificando únicamente el tradicional formato de las campañas políticas.

El cambio sutil que se registró en la relación candidato-presidente fue que Luis Echeverría redujo los reconocimientos a Díaz Ordaz, pero cuando lo mencionaba, lo hacía en los mismos términos que los anteriores candidatos del Partido Revolucionario

¹²⁰ Miguel Alemán Valdés, *Op. cit.*, p 64

¹²¹ Gustavo Díaz Ordaz, *Op. cit.*, p. 52

Institucional. En su toma de protesta como candidato del PRI a la presidencia de la República, declaro: "tuve el honor de servir durante casi cinco años en el régimen del patriota Gustavo Díaz Ordaz... su fe republicana, su fortaleza cívica, su espíritu progresista, su hondo sentido del deber y su dramática entrega al trabajo nacional han impreso huella imborrable en el acontecer de México... constituye una lección cotidiana de verticalidad ideológica responsabilidad creativa y moral pública. Al definir y ejercer la política como la ciencia de servir desinteresadamente a los demás"¹²².

Luis Echeverría retomaría el tema de Díaz Ordaz hasta el mes de abril en Cd. Díaz Ordaz, Tamaulipas, con un tono y un lenguaje mucho más mesurado declaró: "Díaz Ordaz se proyecta como el estadista que supo conciliar para el bien de México orden con libertad"¹²³. Las menciones a Díaz Ordaz se matizaron conforme avanzaba la campaña electoral. Seguramente para el nuevo candidato no era conveniente establecer vínculos con un presidente culpable de la represión estudiantil, el candidato trataba de no mencionar al jefe del ejecutivo, pero cuando lo hacia seguía siendo con respeto.

En los discursos de Luis Echeverría no se observó una ruptura drástica con el ejecutivo; se observó un paulatino distanciamiento de la figura presidencial, que por otro lado fue el mismo alejamiento que los candidatos de 1940-1964 expresaban. En 1970 el candidato reconocía los méritos del presidente cuidando ante que sectores sociales lo hacía. Debemos enfatizar que en los discursos electorales de Luis Echeverría, no se observó un

¹²² Luis Echeverría Álvarez, *Op. cit.*, p. 37-38

¹²³ *Op. cit.*, T III, p. 298

rompimiento con el presidente, tan sólo la distancia que tradicionalmente marcaron todos los candidatos priístas¹²⁴.

Los cambios, por la liberalización del régimen político mexicano, que se vivieron durante las elecciones de 1970-1982, impulsaron a los candidatos a moderar las referencias al presidente de la república. En los discursos de Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo Ponce de León las relaciones con el ejecutivo cambiaron; se le mencionaba casi como excepción, en un tono y con un vocabulario mesurado; ya no era el gran prohombre de México sino un buen presidente. Los candidatos no hacían compromisos abiertos de continuidad, tan sólo ofrecían conservar los programas y políticas que fueron exitosas, buscaban marcar cierta distancia con el ejecutivo, la suficiente como para aparentar ser candidatos independientes.

En los discursos de Carlos Salinas de Gortari las menciones al presidente Miguel de la Madrid eran muy pocas, sólo mencionaba los cambios que impulsó: "reconozco en el presidente de la República al líder que democráticamente ha hecho posibles los cambios estructurales que México necesita; que ha renovado el marco legal y las instituciones políticas..."¹²⁵. En algunas ocasiones también pronunciaba discursos con un mayor apego a

¹²⁴ Los analistas mencionan con frecuencia la ruptura que tuvo Echeverría con Díaz Ordaz durante la campaña al pedir un minuto de silencio en honor de los muertos en 68. Desde nuestra óptica se trata de una sobrevaloración de este acontecimiento. Primero porque en el resto de los discursos no se observa una ruptura, cuando mucho un distanciamiento, segundo y tal vez más importante, porque el mismo Luis Echeverría aclaró estos acontecimientos a Jorge G. Castañeda, explicando que en una universidad michoacana: "un muchacho apellidado Sandoval, de la Juventud Comunista gritó: "un minuto de silencio". Yo dije, y lo oyó toda la universidad; "un minuto de silencio por los estudiantes y los soldados muertos en Tlatelolco". Jorge, G. Castañeda, *La herencia*, México, Alfaguara, 1999, p. 64. Esta explicación dejó en claro que la expresión fue tomada incompleta y sacada de contexto, lo que es más, deja en claro que dicha expresión, de acuerdo con Echeverría, no fue motivo de ruptura y enojo por parte del Ejecutivo. Es importante aclarar que este discurso fue totalmente desaparecido de los archivos partidistas, para su consulta no recurrimos al periódico porque hubiera significado salirnos de la metodología de la investigación.

¹²⁵ Carlos Salinas de Gortari, *Op. cit.*, p. 7

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

la figura del presidente: “dejar testimonio de mi reconocimiento a la honestidad, al patriotismo y al talento renovador del presidente Miguel de la Madrid”¹²⁶.

La medida en las referencias al presidente de la república continuó en la campaña electoral de 1994, Ernesto Zedillo pronunciaba: “Gracias a las políticas que con una gran visión, con gran decisión, con gran liderazgo ha impulsado el presidente de la República Carlos Salinas de Gortari”¹²⁷. El reconocimiento que Ernesto Zedillo hacía al presidente saliente se basaba en su eficacia administrativa: “Carlos Salinas de Gortari ha cumplido exitosamente con los objetivos de preservar y fortalecer nuestra soberanía, defender y proyectar nuestros intereses nacionales y contribuir al desarrollo político”.¹²⁸

Estos cambios en los contenidos de los discursos fueron congruentes con los cambios en el régimen político; los tiempos en que el presidencialismo y el paternalismo tenían buena recepción habían terminado, se vivía la crítica a las formas tradicionales de poder y se exigía poner límites al presidencialismo. La facultad metaconstitucional del presidente de la República para nombrar por “dedazo” a su sucesor era ampliamente cuestionada y obligaba a los candidatos a distanciarse del presidente. También se alejaban de la figura del ejecutivo porque necesitaban que los ciudadanos votaran por ellos, la imagen pública desgastada de los presidentes por el descenso en los niveles de vida, la inflación, la devaluación, las crisis sexenales, entre otras, obligaban a los candidatos a tratar de distanciarse de estos problemas.

Durante las elecciones de 1920 a 1934, los candidatos consideraban que la democracia era un hecho acabado; se mencionaba a Madero, se recordaba que la revolución

¹²⁶ *Op. cit.*, T. XIII, p. 131

¹²⁷ Ernesto Zedillo, Ponce de León, *Op. cit.*, T. I, p. 16

fue la lucha por los principios democráticos, se le veía como causa y efecto de un suceso histórico completamente terminado. Fue justamente en la época de la no-competitividad y del autoritarismo, cuando los candidatos daban por hecho que vivíamos en un régimen democrático, lo que demuestra que los principios y valores a los que apelaban los candidatos y en los cuales basaban su legitimidad no eran los principios democráticos.

Al igual que en la relación con el ejecutivo, en lo que se refiere a la democracia se pueden observar diferencias. Fue Álvaro Obregón, en 1920, el único candidato que ha considerado que las normas democráticas no eran respetadas, y que denunció estas prácticas declarando: “el precio tan caro con que la nación ha comprado la libertad de sufragio ha querido usar ahora de las armas... para violar ese sacrosanto derecho”.¹²⁹ En los discursos de Pascual Ortíz Rubio en 1929 y Lázaro Cárdenas en 1934 no se encontraron referencias sobre la democracia.

Lo que mejor demuestra que la democracia se consideraba como un proceso acabado, son los discursos de los candidatos de 1940 a 1964 que tenían referencias muy breves en torno a este tema. Miguel Alemán declaraba: “quedaremos satisfechos de haber respetado las libertades democráticas y de haber servido con lealtad a la patria”¹³⁰. El incumplimiento de las normas democráticas se pretendía que fuera responsabilidad de los opositores; Alemán declaraba: “reclamo de mis partidarios la determinación de contribuir todos al desarrollo democrático de los actos electorales... por eso estamos empeñados en unas elecciones limpias”¹³¹. Para Gustavo Díaz Ordaz la democracia política era un hecho,

¹²⁸ *Op. cit.*, T. III, p. 274

¹²⁹ Amaro Joaquín, *Op. cit.*, p. 89

¹³⁰ Miguel Alemán Valdés, *Op. cit.*, p. 69

¹³¹ *Op. cit.*, p. 138

por ello declaraba: “vivimos en un régimen de instituciones que se empeña en armonizar los principios de la democracia política y la democracia económica...”¹³².

Fueron las condiciones de competencia y la necesidad de legitimidad lo que explican estos cambios. Álvaro Obregón en todo momento apelaba a la democracia porque las fuerzas del régimen no estaban de su lado, para él era necesario el apego a esos valores. Cuando los candidatos oficiales tuvieron garantizados los resultados, asegurado el consenso de la clase política respecto de su candidatura y la legitimidad se generaba a partir de los ideales revolucionarios y de los resultados administrativos, las referencias a la democracia no eran necesarias, los candidatos se veían favorecidos por una interpretación particular de la democracia y esa interpretación no generaba un descontento suficiente para hacer peligrar los resultados.

En los discursos electorales de 1970 se observaron cambios en relación con la democracia, los candidatos de 1970-1982, al igual que sus antecesores, consideraban que era una realidad, pero que necesitaba ser perfeccionada. Luis Echeverría afirmaba “nuestra democracia continuará perfeccionándose, por un camino ascendente que no concluye con la simple preparación de los procesos electorales y que no termina el día de los comicios, sino que signifique una convivencia permanente para el trato claro de todos los problemas”¹³³. Para Luis Echeverría no era suficiente perfeccionar la democracia política, además declaraba: “estimo que la democracia, siendo eso, debe ser una distribución justa equitativa de una riqueza que, en un ámbito de libertad, debe distribuirse mejor”¹³⁴.

¹³² Gustavo Díaz Ordaz, *Op. cit.*, p. 189

¹³³ Luis Echeverría Álvarez, *Op. cit.*, T II, p. 474

¹³⁴ *Op. cit.*, p. 141.

En los discursos de las campañas 1970 a 1982, los contenidos registraron cambios, que consistieron en que las dos referencias que en las elecciones de 1920-1964 fueron suficiente fuente de legitimidad, el presidente y una administración exitosa, resultaban ya insuficientes. La imagen del presidente y sus resultados administrativos dejaron de cubrir como un manto protector a los candidatos, siendo necesario que se alejaran de su imagen. Este cambio se puede apreciar en el hecho de que los candidatos los mencionaban con menos halagos que los candidatos de 1920 a 1964, de ser un héroe nacional se transformó en un buen presidente.

En los discursos de los candidatos de 1920-1982, se daba por sentado que la democracia era la forma de vida y de gobierno en México. En los discursos de los candidatos de 1988-1994 esta idea se modificó y la democracia fue entendida como un procedimiento. Carlos Salinas de Gortari sostenía que: “no aspiramos a ser partido único; la pluralidad de México lo rechazaría, pero sí buscamos defender por la vía legal y con pasión nuestra presencia mayoritaria; la democracia así lo permite”¹³⁵.

Aceptando los cambios que le tocó vivir, Salinas de Gortari declaraba: “aspiramos a mantenernos democráticamente en el poder. Los tiempos del autoritarismo ya pasaron para México”¹³⁶. Con un discurso contradictorio interpretaba la democracia de la misma manera que los anteriores candidatos del PRI: “ratifico la indispensable necesidad de alcanzar la democracia tal como lo establece nuestro texto constitucional, que señala no sólo las bases de un régimen político sino las de un sistema de vida fundado en el mejoramiento

¹³⁵ Carlos Salinas de Gortari, *Op. cit.*, p. 17

¹³⁶ *Op. cit.*, T. VI, p. 35

económico, social y cultural de los mexicanos. En consecuencia producir más y distribuir con más equidad, con más justicia”¹³⁷.

Una vez que el sistema, el PRI y sus candidatos aceptaron el proceso de liberalización política, la democracia vio reducido su significado. En 1994 Ernesto Zedillo declaraba: “La democracia es un valor político con hondas raíces en la historia del pueblo de México. No es patrimonio exclusivo de una ideología, a todos nos pertenece”¹³⁸.

Ante las acusaciones de los candidatos de oposición, Ernesto Zedillo afirmaba: “elecciones limpias son un reclamo social que el PRI comparte y en cuyo logro no habremos de escatimar esfuerzo... me comprometo a cumplir cabal y puntualmente con la ley electoral... a cada ciudadano corresponde un voto, cada voto debe contar”¹³⁹. Este candidato también apeló a la democracia como el valor que habría de dar legitimidad a su triunfo “nosotros vamos a ganar las elecciones... lo vamos a hacer en las elecciones más limpias de nuestra historia. Nadie podrá objetar nuestro triunfo legal, claro y contundente”¹⁴⁰.

A partir de la campaña de 1988 la palabra democracia apareció en los discursos, se vivió una lucha por la apropiación del concepto. Cuando las condiciones de la competencia política cambiaron y dejaron de ser favorables para los candidatos del PRI, aumentaron las referencias a la democracia, hablaban, pedían y apelaban a la democracia los candidatos de un régimen y un partido que no fue democrático durante sesenta años. Esta contradicción llegó al extremo con los discursos de Ernesto Zedillo, quien exigía democracia, apego a las

¹³⁷ *Op. cit.*, T. X, p. 171

¹³⁸ Ernesto Zedillo Ponce de León, *Op. cit.*, T. I, p. 23

¹³⁹ *Op. cit.*, T. I, p. 27

¹⁴⁰ *Op. cit.*, T. I, p. 215

reglas del juego y responsabilidad, cuando él era el candidato postulado y emanado del único partido con posibilidades de violar todas las reglas del juego.

Fueron las condiciones de competencia lo que explica este cambio. Álvaro Obregón en todo momento apelaba a la democracia porque las fuerzas del régimen no estaban de su lado; para él era necesario el apego a esos valores para garantizar su triunfo. Cuando los resultados estuvieron garantizados y el consenso se generaba a partir de los ideales revolucionarios y de los resultados de las administraciones priistas, las referencias a la democracia no eran necesarias, los candidatos se veían favorecidos por una muy particular interpretación de la democracia y esa interpretación no despertaba un descontento suficiente entre los ciudadanos como para hacer peligrar los resultados.

Únicamente cuando las condiciones nacionales e internacionales cambiaron y cuando los temas a los que habitualmente se recurría, fueron insuficientes para despertar la credibilidad de la ciudadanía, los candidatos del PRI exigían, pedían y hablaban de la democracia como candidatos de oposición, olvidaban que antes de ser candidatos fueron funcionarios de un régimen que no alentaba la democracia, que violaba sus reglas y que ejercía la administración de forma autoritaria. De 1988 a 1994 la democracia se convirtió en un recurso de retórica, en una moda que daba honorabilidad a los discursos de los candidatos sin que eso les generara mayores compromisos de gobierno.

Las campañas electorales, independientemente del régimen político y de las condiciones de competencia, buscan la credibilidad del candidato y futuro gobernante. En la época del autoritarismo y del partido hegemónico esta búsqueda era una de las pocas funciones de las campañas. Los candidatos independientemente de los resultados,

realizaban la campaña como parte de un rito que permitía reactivar el consenso social y las expectativas ciudadanas en torno a las acciones del nuevo “elegido” y futuro presidente.

Durante 1920-1982, la función de las campañas electorales fue la de ser un rito en el que el candidato oficial visitaba los estados de la república con el objeto de que la ciudadanía conociera al “futuro presidente”, para que le expusieran sus demandas, carencias, aspiraciones, las mismas campañas permitían que el candidato conociera al país, tuviera contacto con el pueblo y escuchara sus demandas y necesidades.

El discurso sobre los partidos políticos de oposición se modificó acorde con las condiciones de competencia, cuando el desfavorecido fue Álvaro Obregón, quien demandaba apego a las tradiciones democráticas, exigía condiciones equitativas y democráticas de competencia, y se refería a los otros candidatos con calificativos sumamente fuertes. Cuando los resultados electorales estuvieron garantizados, los candidatos oficiales buscaron y pidieron la participación de la oposición en los procesos electorales, se expresaron con respeto de los competidores.

Podemos observar que con los discursos se buscaba generar la idea de herencia, los candidatos se presentaban como los legítimos herederos de un pasado glorioso y serían capaces de hacer grandes obras como sus antecesores. Pretendían ser los candidatos y herederos de la revolución y no los candidatos de un partido político.

La apertura política y la participación de partidos políticos en los procesos electorales con condiciones de equidad, modificaron el contenido retórico de los discursos, convirtiéndolo en la parte más importante de éstos. Los candidatos dejaron de buscar su

legitimidad en las referencias a la historia y se centraron en la competencia, que por sí misma les daría legitimidad.

Los discursos de las campañas electorales de 1924 a 1982 fueron más largos, respetuosos y con menos arengas, porque su objetivo no era competir por las preferencias de los electores. En 1988, la competencia electoral no propició que se elevara o se mantuviera el nivel de los discursos. Esta competitividad electoral lo que generó fueron discursos mucho más simples, más breves, más arengosos, con mayor número de calificativos; discursos que cambian de acuerdo a los sectores con los que se entrevistaban los candidatos, el resultado es que los discursos de la competencia electoral son totalmente demagógicos y arengosos.

Podemos concluir que la competencia y disputa electoral generaron tres reacciones en el discurso de los candidatos que enfrentaron una elección competitiva y que resultaron ganadores: pidieron continuamente el voto, mencionaron y descalificaron con frecuencia a la oposición y exigieron que hubiera una competencia real por los votos. Por el contrario, la seguridad en los resultados originó que en los discursos no se solicitaran los votos, que las referencias a la oposición fueran respetuosas y que se considerara la elección y la democracia como un hecho totalmente terminado.

2.2. Ofertas de Campaña Electoral 1920-1994

2.2.1. Las Promesas

Las promesas y los compromisos pronunciados por los candidatos de la post-revolución fueron modificados de acuerdo con el contexto que vivía cada candidato, porque buscaban responder a las expectativas y necesidades de la ciudadanía. Es necesario no perder de vista que las promesas se formulan buscando la credibilidad del candidato, por la necesidad de que el auditorio "crea" en las bondades que el orador ejerza en el gobierno. Todos los candidatos aludían a un programa de gobierno que realizaron ellos y el partido; en ese programa se basaban para hacer sus promesas, eran promesas de infraestructura; carreteras, presas, zonas de riego, parques industriales, construcción de escuelas y hospitales.

Si en el discurso retórico fue difícil apreciar cambios entre el discurso de uno y otro candidato, en el discurso que apela al raciocinio de los ciudadanos se pudieron apreciar modificaciones que coinciden con los cuatro momentos de las campañas electorales. En el primer momento 1920-1934, por el entorno conflictivo y de inestabilidad en el régimen los candidatos pronunciaban pocas promesas.

En el caso de las promesas hechas por los candidatos postulados en estos años, se observó que no eran muy diferentes entre sí. Álvaro Obregón prometió "buscar el mejor equilibrio económico entre todas las clases sociales"¹⁴¹. Esta promesa obedeció al hecho de que una de las mayores preocupaciones de su campaña y gobierno fue lograr el reconocimiento de Estados Unidos al gobierno de México. Por esta razón su discurso era moderado, en otra ocasión declaró: "quiero protestar ante ustedes que sí el voto público me

favorece... encaminaré mis esfuerzos y todas mis energías, a la resolución de los problemas que he dejado señalados”¹⁴², es importante recordar que la campaña de 1920 se suspendió por un conflicto armado, por esta razón el candidato no realizó muchas promesas.

Curiosamente en 1929, Pascual Ortiz Rubio aceptaba el desgaste y la falta de credibilidad en los discursos declarando “yo no vengo engañando al pueblo... reciban a un hombre que sólo viene prometiendo cumplir con la ley y con su deber”¹⁴³. Más tarde declararía: “por desgracia las ofertas de los políticos profesionales, pocas veces se cumplen; pero por eso he dicho a ustedes: si las condiciones de la república lo permiten y si la paz se establece entonces las promesas se convertirán en realidad”¹⁴⁴.

Las promesas que pronunciaba Pascual Ortiz Rubio eran básicamente llevar a cabo el programa del Partido Nacional Revolucionario, que de acuerdo con el candidato sus tres puntos principales eran: “seguir con la obra protectora del obrero, seguir instalando escuelas rurales y proseguir la obra de reivindicación de la tierra para el campesino”¹⁴⁵. De lo declarado por este candidato llama la atención la aceptación pública de la falta de credibilidad en los políticos, sobre todo porque era el periodo de formación del partido y, sin embargo, ya enfrentaban este tipo de cuestionamientos.

Las promesas de Lázaro Cárdenas tenían un contenido eminentemente social: “emeño mi honor en la promesa de cumplir mis compromisos con la clase trabajadora si soy llevado al poder”¹⁴⁶. A pesar de que continuamente prometía cumplir con el Plan

¹⁴¹ Amaro Joaquín, *Op. cit.*, p. 181

¹⁴² *Op. cit.*, p. 184

¹⁴³ Pascual Ortiz Rubio, *Op. cit.*, p. 131

¹⁴⁴ *Op. cit.*, p. 184

¹⁴⁵ *Op. cit.*, p. 224

¹⁴⁶ Instituto de Capacitación Política, *Op. cit.*, p. 64

Sexenal, también tenía promesas más específicas que sus antecesores: “más escuelas, nuevas vías de comunicación; organización del crédito para refaccionar preferentemente a las cooperativas de trabajadores...”¹⁴⁷. Las promesas de este candidato eran para los trabajadores y campesinos.

Con la estabilidad que el régimen alcanzó las promesas formuladas por los candidatos de 1940-1964 obedecían a un estudio detallado, por ejemplo: cuando ofrecían hacer una carretera, sabían de que punto a que punto iría, cuantos poblados uniría y que productos se podrían transportar a través de ella. Las características de las promesas, el formato y contenido se modificaron totalmente con los discursos de Miguel Alemán.

Para el candidato de 1946 la gran promesa fue la construcción de infraestructura; en cada una de las entidades que visitó se comprometió a crear una presa, o un sistema de riego que permitiría el cultivo: “iniciaremos obras que consideramos vitales y nos proponemos invertir en dichas obras un total de mil quinientos millones de pesos, sometiendo con ello, a los cultivos, una superficie adicional de un millón cuatrocientos mil hectáreas nuevas y trescientas mil que ahora se cultivan en condiciones no satisfactorias”¹⁴⁸. A pesar de que sus promesas fueron de infraestructura, el fin de estas construcciones era social. El objetivo y las promesas del candidato eran lograr “el enriquecimiento del país, la lucha contra la pobreza y la abolición de la miseria, la elevación del saber en todos sus grados... el fortalecimiento de las libertades humanas”¹⁴⁹.

En las promesas hechas por Gustavo Díaz Ordaz en su campaña de 1964, se encontró lo ofrecido por todos sus antecesores: construcción de infraestructura, apoyo al

¹⁴⁷ *Op. cit.*, p. 52

¹⁴⁸ Miguel Alemán Valdés, *Op. cit.*, p. 100

campo, fomentar y dar impulso a la pesca y mejorar la educación. Al final de su campaña declaraba “no sólo he sido cauto, he sido avaro en hacer promesas... cuando todavía no sé con precisión si técnicamente son correctas, si económicamente son costeables y si presupuestalmente son posibles... no me detuvo el temor a los compromisos, sino el sentido de responsabilidad”¹⁴⁹. Con esta expresión justificaba que sus promesas fueran generales y no específicas como en el caso de los otros candidatos.

En los discursos de las campañas de 1970-1982 se consolidó un cambio que se inició con los discursos de Gustavo Díaz Ordaz: la resistencia a hacer promesas. En estas campañas la promesa más frecuente fue la de no hacer promesas. La falta de credibilidad y la desconfianza de la población hacia los discursos de los candidatos del PRI los obligaron a elaborar discursos sencillos, en los que lo importante era la imagen de sinceridad y honestidad, negándose a hacer promesas que no se pudieran cumplir.

Luis Echeverría al inicio de su campaña mencionaba: “he pensado no hacer promesas concretas, en el curso de mi campaña política a través de todo México”¹⁵¹. En concordancia con un régimen autoritario y paternalista, el compromiso con las expectativas sociales era cada vez más intangible y dependía en grado casi absoluto, de la voluntad del candidato. En esta etapa no existían instituciones legales que permitieran exigir el cumplimiento de las promesas y compromisos de campaña, además, al dejar de hacer promesas, los candidatos suprimieron la existencia informal de esos compromisos convirtiéndose en asunto de la voluntad presidencial. Esta idea fue expresada con la frase: “confíen en que Echeverría los ayudará; tengan total confianza. No vamos a recorrer

¹⁴⁹ *Op. cit.*, p. 283

¹⁵⁰ *Op. cit.*, p. 1201

¹⁵¹ *Op. cit.*, p. 66

México haciendo a diestra y siniestra promesas, sobre todos los problemas y las peticiones que nos formulen”¹⁵².

Las campañas de 1970-1982 se caracterizaron por la generalidad de las promesas, de 1934 a 1964 gran parte de la legitimidad de los candidatos derivaba de centrar su discurso en promesas concretas hechas a partir de estudios detallados de la problemática nacional. De 1970 a 1982 los discursos fueron distintos, seguramente la cantidad de promesas y expectativas no satisfechas, con la consecuente incredulidad de la población, obligaban al candidato a declarar “no les formularé yo ninguna promesa concreta, pero si les puedo asegurar que no olvidaré lo que me expresan”¹⁵³.

Los candidatos respondían a la necesidad social de honestidad asegurando que no iban a hacer promesas, únicamente se comprometían a trabajar y esforzarse, compromiso en el que cabrían cualquier tipo de acción y consecuencia, el mejor ejemplo de este discurso fue la siguiente frase: “no acostumbro hacer promesas que no vaya a cumplir, mucho menos adquirir compromisos de imposible realización. No prometo un súbito cambio, ni la educación instantánea, lejos de mí la falsedad y la utopía. Ofrezco sí, poner sin restricciones *mi empeño constante y la decisión más inquebrantable para seguir y servir bien, con desintereses, con radical empuje, con patriotismo a los más altos objetivos nacionales*”¹⁵⁴.

Las promesas pronunciadas por Luis Echeverría eran generales: mantener la soberanía de la nación, fortalecer la independencia, restaurar la vida municipal, ampliar el crédito, continuidad educativa, aliviar paulatinamente la situación de las grandes mayorías,

¹⁵² *Op. cit.*, p. 67

¹⁵³ *Op. cit.*, p. 68

pero: “la gran promesa, la promesa esencial, es la de un estudio muy a fondo que debemos hacer de los problemas que aquejan a los sectores más necesitados”¹⁵⁵.

En las campañas de 1988-1994 se encontró que a medida que los discursos y la competencia electoral aumentaron, las promesas en los discursos disminuyeron. En los discursos de 1934-1964 las promesas y los compromisos fueron parte fundamental de los discursos; en 1970-1982, cuando el número de discursos aumentó, los compromisos y promesas comenzaron a perder importancia.

Durante las campañas electorales de 1988-1994 los candidatos declaraban que no harían promesas y las que hacían eran sumamente generales. No pronunciaban promesas de infraestructura únicamente promesas netamente sociales: salud, vivienda, educación y alimentación. No mencionaban un programa de gobierno elaborado por su partido como sus antecesores, Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo, nuestros candidatos tipo, ni siquiera mencionaron algo sobre un plan de gobierno.

Una de las razones para explicar la pérdida de credibilidad del PRI fueron las limitaciones que tuvieron los presidentes para cumplir con sus promesas de campaña, por esta causa los candidatos de 1988-1994 fueron renuentes a hacer promesas. Sin embargo, todos los discursos políticos deben responder en mayor o menor medida a las expectativas sociales y aunque pocas, los candidatos realizaban algunas promesas. Carlos Salinas de Gortari aclaraba: “no podemos en una campaña presidencial... hacer ofrecimientos que carezcan de verdad, que no puedan cumplirse y que sólo se formulen como postulados de

¹⁵⁴ *Op. cit.*, p. 231

¹⁵⁵ *Op. cit.*, T. III, p. 456

campana, buscando el voto solamente¹⁵⁶. En 1988 se buscaron los votos prometiendo honestidad más que solución a los problemas.

En la campaña de 1988 y en congruencia con la situación nacional de crisis económica, Carlos Salinas de Gortari dio un gran espacio a las promesas económicas: “encauzar y sostener la recuperación de la economía nacional, para que se fortalezcan los salarios reales y el poder adquisitivo de las mayorías”¹⁵⁷. Esta promesa fue limitada con la también promesa-aclaración: “reduciremos la presencia estatal en áreas no prioritarias ni estratégicas para abrir fuentes de inversión”¹⁵⁸.

Carlos Salinas resumía su promesa económica asegurando que sus políticas “protegerán el empleo y las necesidades básicas de los trabajadores mexicanos: abatir la inflación, proteger los salarios reales y recobrar el crecimiento económico como prerequisite indispensable del país”¹⁵⁹. En términos sociales, el candidato del PRI ofrecía lo mismo que sus antecesores, porque esas promesas no les generaban animadversión social: mayores recursos para la educación, aumentar el presupuesto para la educación superior, dar créditos, fomentar la construcción de vivienda popular, reformar la impartición de justicia.

En 1988 el país vivía una situación de crisis económica mientras que en términos políticos se vivían cambios acelerados. Carlos Salinas adaptó sus discursos a estos cambios y prometió: “realizar una política moderna, que postula la necesidad de cumplir lo ofrecido y descartar las opciones fáciles e irresponsables que pretenden lograr paraísos sin

¹⁵⁶ Carlos Salinas de Gortari, *Op. cit.*, T. I, p. 194

¹⁵⁷ *Op. cit.*, T. IV, p. 14

¹⁵⁸ *Op. cit.*, T.III, p. 101

¹⁵⁹ *Op. cit.*, T. VI, p. 31

esfuerzos”¹⁶⁰. Esta promesa era una clara alusión a los partidos de oposición con los que competía.

El candidato del PRI en 1988, apoyando la política de renovación moral del presidente Miguel de la Madrid, prometía: “la honestidad de los funcionarios será una regla obligada. Es mandato legal y convicción personal que todo aquel que desempeña una posición de servicio a la comunidad, debe hacerlo con apego estricto a la honestidad”¹⁶¹. En la descripción de su forma de gobierno Salinas de Gortari ofrecía “un gobierno con una característica fundamental: la promoción del bienestar social y la ampliación de la democracia; un gobierno sin demagogia y sin populismos que haga avanzar la justicia social entre todos los mexicanos”¹⁶².

Una de las principales promesas del candidato del PRI en 1988 fue la de formar un gobierno democrático, promesa contradictoria, en tanto que en sus mismos discursos se mostraba como un candidato renuente a aceptar algunas de las condiciones que conlleva a un proceso democrático como lo son la pluralidad y las condiciones de equidad en la disputa electoral.

La promesa de promover el bienestar social y buscar una mayor democracia estaba limitada por la aclaración de: “mantendremos todo lo que nos permita preservar los principios esenciales de independencia, libertad, democracia y justicia. Cambiaremos lo que sea necesario para fortalecer el régimen de la revolución mexicana”¹⁶³. Carlos Salinas de Gortari delineaba las promesas básicas de su campaña y los principales ejes de acción de

¹⁶⁰ *Op. cit.*, T. VI, p. 31

¹⁶¹ *Op. cit.*, T. VI, p. 371

¹⁶² *Op. cit.*, T. VIII, p. 158

¹⁶³ *Op. cit.*, T. IX, p. 205

su gobierno cuando declaraba: “tres cambios estructurales: la transformación profunda del Estado mexicano, la apertura comercial y la descentralización, me he propuesto llevarlos hasta sus últimas consecuencias”¹⁶⁴.

Con estas promesas Carlos Salinas de Gortari diseñaba lo que más tarde sería una nueva forma de crecimiento y gobierno en México. En 1988 ante las circunstancias inéditas de competencia electoral el candidato del PRI se refugió en un discurso de continuidad. Fue hasta la campaña de Ernesto Zedillo cuando se observaron cambios, ya que aceptó la nueva competencia política y buscó responder a estas nuevas circunstancias, en términos de proyecto económico no se observaron cambios importantes.

A pesar de que el cambio esencial de esta época con respecto a las anteriores, tuvo que ver con cambios en el modelo económico, Ernesto Zedillo ex-secretario de programación y presupuesto, realizó pocas promesas económicas: “la gran prioridad de los próximos años es recuperar el crecimiento económico, sustentándolo con una política de confianza, de certidumbre, de promoción a la inversión para generar empleos... llevar a cabo una política fiscal y crediticia que de aliento a la capacitación y a la tecnología para darle una nueva viabilidad a las pequeñas y medianas empresas”¹⁶⁵.

Una de sus principales promesas de campaña fue lograr: “en el primer año de gobierno, un crecimiento económico de 4% del PIB y progresivamente ir incrementando esa tasa de crecimiento hasta que lleguemos a generar nuestro país un millón de empleos cada año”¹⁶⁶. Las promesas de Ernesto Zedillo buscaban generar esperanzas entre los

¹⁶⁴ *Op. cit.*, T. IX, p. 122

¹⁶⁵ Ernesto Zedillo Ponce de León, *Op. cit.*, T. II, p. 122

¹⁶⁶ *Op. cit.*, T. III, p. 147

sectores afectados por los cambios políticos y económico, por ejemplo, prometía mejores condiciones para el campo y reformar la impartición de justicia.

Las promesas sociales fueron las más pronunciadas en la campaña del PRI en 1994, el candidato ofrecía: “una profunda reforma social que asegure a cada uno de ustedes vivienda digna, servicios básicos, educación para sus hijos, hospitales y atención medica, abasto y transporte”¹⁶⁷. Tal vez al tema que le dedicó más tiempo y sobre el que hizo promesas un poco más profundas fue el campo: “es de la mayor urgencia lograr la recuperación productiva del campo. Me propongo aplicar una política integral en materia de infraestructura, de tecnología, de capacitación, de fomento a la asociación y de apoyo a la comercialización... llevar hasta sus últimas consecuencias la reforma al art. 27 constitucional y la ley reglamentaria”¹⁶⁸.

En las campañas de 1920-1964, particularmente a partir de 1934, las promesas fueron sociales y tendían a ser particulares. A nivel nacional los candidatos prometían la construcción de infraestructura. En un ámbito más específico prometían acciones que fomentaran, apoyaran, crearan e hicieran crecer la actividad económica de cada estado y región. Esto implicaba que los candidatos conocían y tenían un diagnóstico de cada entidad, lo que finalmente posibilitaba que los electores pensarán que sus necesidades serían satisfechas en el gobierno del candidato que prometió resolver y crear la infraestructura necesaria para cada entidad.

De 1920 a 1964, la confianza en los candidatos derivaba de prometer resolver los problemas sociales. En 1970-1982 los candidatos basaban sus discursos en la no-promesa,

¹⁶⁷ *Op. cit.*, T. II, p. 39

¹⁶⁸ *Op. cit.*, T. II, p. 104

su legitimidad derivaba de su compromiso para estudiar los problemas y de su resistencia a hacer promesas. Luis Echeverría parecía decirle a los ciudadanos: los candidatos y presidentes del PRI los han defraudado porque no cumplieron con sus promesas, yo no los defraudaré porque no les prometo nada, confíen en mí, voten por mí y tengan fe en que con mi triunfo resultaran beneficiados.

En los discursos de los candidatos de 1988-1994, las promesas fueron pocas, en comparación con la frecuencia en que sus antecesores incluían promesas en sus discursos. Los candidatos que resultaron triunfadores de 1988 a 1994 realizaron promesas generales y se centraron en las de corte social, esta tendencia fue más marcada en los discursos de Ernesto Zedillo (porque la mayor competitividad lo obligaba a responder a deseos universales que no le restaran votos). Podemos concluir que la competencia electoral dificulta que los candidatos presenten un plan de gobierno, una plataforma y se manifiesten a favor de una forma de desarrollo y política nacional; la competitividad electoral obliga a los candidatos a buscar ser populares para atraer votos.

2.2.2. Compromisos

La diferencia entre promesas y compromisos es una diferencia de énfasis, en los casos en los que los candidatos expresaban la intención de resolver un determinado problema pero no hacían explícita la promesa, lo hemos considerado como un compromiso. Al no ser una promesa formal les permitía una mayor libertad, autorizándoles expresar sus intereses. Por estas razones los compromisos formulados por los candidatos son muy

distintos entre sí, en la mayoría de los casos parecen más un buen deseo que un compromiso de acciones futuras.

La importancia de los compromisos radica en el hecho de que buscaban la persuasión, los ciudadanos se sentían identificados con el candidato que reconocía y deseaba solucionar sus problemas, el voto se emitía en favor de los candidatos que daban “esperanzas” de que las necesidades serían resueltas. Los compromisos reactivaban cada seis años el factor esperanza en la revolución mexicana, lo que dio buenos resultados al Partido Revolucionario Institucional, permitiéndole ganar un importante número de elecciones.

Los compromisos difieren entre un candidato y otro. Sus características comunes son que responden a expectativas y problemas del momento y que en todos los casos, ofrecen mejorar el estado de cosas. Alvaro Obregón se comprometía: “a proponer la reducción del ejército... su separación absoluta de la función administrativa”¹⁶⁹. Pascual Ortiz Rubio ofrecía: “nuestra obligación deberá ser la reconstrucción nacional, basándose en justicia social”.¹⁷⁰

El principal compromiso en los discursos de Lázaro Cárdenas fue: “durante mi gobierno estaré animado siempre del deseo que ahora tengo, por cumplir el programa de gobierno votado en la pasada convención del Partido Nacional Revolucionario”¹⁷¹. Este compromiso es uno de los más amplios que formuló algún candidato, sus implicaciones y contenido dependían de lo planteado en Plan Sexenal.

¹⁶⁹ Amaro Joaquín, *Op. cit.*, p. 94

¹⁷⁰ Pascual Ortiz Rubio, *Op. cit.*, p. 250

¹⁷¹ Instituto de Capacitación Política, *Op. cit.*, p. 43



Los candidatos de 1920 a 1934 se manifestaban y comprometían a favor de los ideales de la revolución mexicana, no especificaban los ideales de quien, se referían a los ideales de todos: los democráticos de Madero, los agrarista de Zapata, los legalistas de Carranza los de institucionalización de Obregón y los de soberanía de Cárdenas; con todos ellos expresaban su compromiso.

Además de los compromisos comunes, y los generales expresado por cada candidato, todos se comprometían a cosas muy específicas, por ejemplo, crear una escuela en un municipio, o construir una presa que pasara por un sitio determinado. Eran compromisos muy específicos que buscaban responder a las demandas de la población ante la que presentaban un discurso. Los compromisos expresados por los candidatos eran de orden general, porque buscaban despertar expectativas de mejoramiento y llenar de esperanza a su auditorio.

El contenido más importante en términos de espacio nunca han sido las promesas, son el contenido más breve y dentro de éste son más importantes los buenos deseos. En el momento de la formación del régimen los candidatos hacían promesas y compromisos porque desde la elección de Pascual Ortíz Rubio se basaban en un programa diseñado por el partido, que era por todos conocido, y que se comprometían a llevar a la práctica. Podía ser irrealizable pero en el discurso era una realidad tangible.

En los discursos de la campaña electoral de 1946 los compromisos formulados por Miguel Alemán tuvieron dos contenidos, uno de tinte social: “que la prosperidad que se vaya logrando, sirva en primer término para la elevación del goce de la vida de la población

entera”¹⁷². Además, expresó compromisos de corte político: “uno de mis compromisos primordiales... será mantener y afianzar la libertad política de los mexicanos”¹⁷³. La desconfianza de la población hacia los discursos de los candidatos oficiales, fue reconocida en 1964 por Díaz Ordaz cuando declaró: “no puedo, no debo hacerles ofrecimientos que no tenga yo la absoluta seguridad de que puedo cumplir. He ofrecido todo mi esfuerzo, mi vida entera al servicio de la patria”¹⁷⁴.

Conforme aumentó la estabilidad del régimen político, se amplió la ventaja de los candidatos oficiales y se redujo la competencia electoral fue posible que durante las campañas electorales, el partido organizara conferencias de estudio en las que especialistas elaboraban análisis y diagnósticos, los resultados y conclusiones generados permitían a los candidatos elaborar compromisos y promesas concretas.

En los discursos de 1970-1982 las promesas perdieron importancia, el discurso se concentró en aumentar y hacer compromisos concretos. La disminución en el número de promesas, fue compensada por un aumento en los compromisos, que como ya mencionamos tienen la característica de implicar una menor responsabilidad. Luis Echeverría se comprometía a desaparecer las desigualdades, a fortalecer el municipio a impulsar la ganadería. Con compromisos respondía a las demandas sociales y sobre todo buscaba reactivar las esperanzas: “nuestras metas son la prosperidad, la salud, la educación, la seguridad, la habitación y la nutrición dignas, en una palabra el bienestar de todos los mexicanos dentro de la libertad”¹⁷⁵.

¹⁷² Miguel Alemán Valdés, *Op. cit.*, p. 66

¹⁷³ *Op. cit.*, p. 90

¹⁷⁴ Gustavo Díaz Ordaz, *Op. cit.*, 78

¹⁷⁵ Luis Echeverría Álvarez, *Op. cit.*, TII, p. 46

Las promesas más específicas de 1934-1964, estaban relacionadas con la infraestructura. En 1970 Luis Echeverría abandonó estas promesas, por ejemplo, se limitaba a ofrecer su apoyo para que los ganaderos aumentaran su producción y ofrecía crear instituciones mixtas de asesoramiento para las industrias agropecuarias. Los temas que en la primera fase fueron merecedores de promesas muy específicas, de 1970 a 1982, simplemente merecían ofrecimientos.

La campaña de 1970, buscó acortar la distancia entre los jóvenes y el PRI ofreciéndoles: “multiplicar las oportunidades de trabajo y estudio para las nuevas generaciones”¹⁷⁶. El gran número de actos realizados tenían el objetivo de acercar al candidato a los ciudadanos; esta intención se expresó con el siguiente compromiso: “en los próximos seis años habremos de desarrollar una intensa tarea conjunta, con las puertas de las oficinas de los funcionarios abiertas, cada vez más al pueblo a efecto de que sea pacífica, armoniosa y con base estricta en la ley”¹⁷⁷. Frase con la que se pretendía dar la imagen de un gobierno cercano a los ciudadanos.

A pesar de su ambigüedad, también existieron compromisos económicos. Luis Echeverría declaraba: “nos interesa crecer más rápido pero evitando las presiones inflacionarias, nos interesa crecer acelerando simultáneamente el proceso productivo y capitalizador y el de distribución de la riqueza”¹⁷⁸. Era frecuente que el candidato condicionara su apoyo al auditorio utilizando frases demagógicas que pretendían ser un compromiso: “si gracias al voto del pueblo llego a la presidencia de la república no podré

¹⁷⁶ *Op. cit.*, T II, p. 148

¹⁷⁷ *Op. cit.*, T.III, p. 52

¹⁷⁸ *Op. cit.*, T II, p. 24-25

conciliar el sueño ninguna de las noches del sexenio sin estar seguro de haber hecho algo, ese día, por el progreso agropecuario y por el bienestar de los campesinos¹⁷⁹.

En los discursos de campaña de 1970-1982 las promesas perdieron importancia y ocuparon su lugar los compromisos generales, que tenían la ventaja de generar menores vínculos con los electores y en cambio, alentaban las expectativas sociales, las promesas prácticamente desaparecieron de los discursos, ubicando el consenso, la legitimidad y la misma importancia de los discursos en el nivel declarativo.

De 1970 a 1982, fue un periodo de cambios, el candidato rechazaba hacer promesas con el argumento de que no debía prometer lo que no podía cumplir. Sus compromisos aumentaron y se generalizaron con la intención de responder a todas las expectativas de la sociedad mexicana; apelaba a sentimientos y esperanzas generales, que contaban con el consenso y la aprobación mayoritaria generando el menor compromiso posible.

En las campañas de 1988 a 1994, la necesidad que tuvo el Partido Revolucionario Institucional por capturar votos llevó a sus candidatos a apelar a sentimientos universales y a eludir cualquier compromiso concreto que pudiera originar animadversión entre los grupos sociales. Cuando los gobiernos se legitimaban por la vía de las acciones, los candidatos se comprometían con acciones concretas; conforme la legitimidad derivó de los votos buscaron obtener un mayor número.

En los discursos de este momento, los candidatos pronunciaron con mayor frecuencia compromisos y no promesas. De este modo, los candidatos del PRI trataron de evadir la desconfianza, que por su incumplimiento, despiertan las promesas entre los

¹⁷⁹ *Op. cit.*, p. 29

ciudadanos, al mismo tiempo, que generaban menores vínculos porque el cumplimiento de los compromisos depende de la voluntad de los candidatos.

El primer compromiso de Carlos Salinas de Gortari fue: “cumplir mañana como gobierno, lo que hoy ofrezco como candidato a la presidencia”¹⁸⁰. El problema fue que ofrecía muy poco, o sus ofrecimientos eran expresados en términos tan generales que los resultados podían no corresponder a lo esperado. Se comprometía a crear empleos, promover el deporte mexicano, defender los salarios reales de los trabajadores, mayor justicia social en el campo, solucionar los problemas de tenencia de la tierra, luchar por la independencia y soberanía de México, promover la construcción de vivienda, promover tasas de interés positivas, estímulo a la cultura, abatir la inmoralidad y la corrupción, en fin, ofrecía todas las cosas que la sociedad mexicana reclamaba pero omitía enunciar los mecanismos que se instrumentarían para lograrlo.

En términos económicos también realizó compromisos que no fueron más específicos que los sociales. En un resumen de sus compromisos económicos declaró: “mi compromiso fundamental será gobernar con realismo, con sentido social, y con la verdad. No alimentaré falsas ilusiones, como hacen los otros partidos”¹⁸¹. Como se puede observar en el compromiso de gobernar con realismo cabe cualquier decisión, política y resultado. Los candidatos de esta etapa encontraron que lo más conveniente era pronunciar discursos y compromisos sumamente generales que atraían a los electores.

En la misma proporción en que Ernesto Zedillo redujo sus promesas, aumentó sus compromisos. En sus ofertas sociales ofreció: terminar con el centralismo, mejorar la

¹⁸⁰Carlos Salinas de Gortari, *Op. cit.*, T. IV, p. 68

¹⁸¹*Op. cit.*, T. III, p. 70

cobertura y calidad de la educación, crear un nuevo federalismo, invertir en vivienda y en servicios básicos como salud, agua, electricidad y transporte; capacitar y recapacitar a cinco millones de mexicanos, reactivar el campo, prevenir la delincuencia, fomento industrial, forma democrática de gobierno, fortalecer la seguridad social para los jubilados, impulsar la participación de la ciudadanía, crear una canasta básica de salud para las familias de escasos recursos, luchar contra la pobreza extrema, fortalecer el sistema de ahorro para el retiro, fomentar instalaciones deportivas.

Con un mayor grado de especificidad Ernesto Zedillo formuló el compromiso de: “aprovechar los logros de la macroeconomía para alentar y fortalecer la microeconomía”¹⁸². Abundaba: “mi propuesta de cambio se centra en una economía estable y en crecimiento pero con competitividad”¹⁸³. Su propuesta económica tenía como ejes: “el aliento a la inversión, el mantenimiento de la estabilidad de precios y la elevación progresiva de los salarios, fundada en la productividad”¹⁸⁴. Para lograr estos objetivos requería “alentar el proceso de apertura financiera, fomentar la competencia en ese campo, estimular a los banqueros para que diseñen nuevos instrumentos de captación para el ahorro”¹⁸⁵, para el cumplimiento de estas metas era necesario mantener controlada la inflación.

En 1994 el candidato se comprometió a realizar reformas constitucionales. A las mujeres les ofreció “una gran reforma que les ofrezca igualdad ante la ley y equidad de oportunidades, conforme lo dispone el art. 4 constitucional, me comprometo a promover una reforma en el código civil para que la mujer también pueda ejercer el derecho de fijar el

¹⁸² Ernesto Zedillo, Ponce de León, *Op. cit.*, T. I, p. 157

¹⁸³ *Op. cit.*, T. II, p. 96

¹⁸⁴ *Op. cit.*, T. II, p. 120

¹⁸⁵ *Op. cit.*, T. II, p. 235

domicilio conyugal”¹⁸⁶. También ofreció: “una reforma total del sistema de procuración de justicia... fortalecimiento del poder judicial”¹⁸⁷.

Un tema recurrente en los discursos de todos los candidatos fue el tema del campo. En una clara ruptura con sus antecesores, Ernesto Zedillo declaraba: “tampoco seremos demagogos. No diremos que seguirá el reparto agrario que seguirá repartiéndose lo que ya no existe. Vamos a hacer justicia, a resolver el rezago agrario... vamos a lograr la recuperación productiva de sus tierras, lo vamos a hacer con nuevas tecnologías... promoveremos caminos y obras hidráulicas”¹⁸⁸. En sus discursos Ernesto Zedillo dedicó un importante espacio a los compromisos que apelaban a sentimientos y demandas comunes a todos los electores.

Los cambios en los discursos de una etapa a otra son notables. En los discursos de campaña de 1929 a 1964 había promesas y compromisos porque los candidatos partían de un programa diseñado por el partido. En la campaña de Miguel Alemán se organizaron mesas redondas y trabajos de diagnóstico elaborados por especialistas, trabajo que posteriormente fue realizado por el IEPES y el CEPES. Estos estudios posibilitaban a los candidatos emitir compromisos y promesas concretas. En las campañas de 1988 a 1994, los candidatos no mencionaron un proyecto de gobierno diseñado por el partido. Carlos Salinas de Gortari continuó con la modalidad de las mesas de análisis organizadas por el IEPES y Ernesto Zedillo las abandonó.

La mejor prueba de que en México la competencia electoral genera un discurso con menos promesas y compromisos, que los discursos de campaña pronunciados en una

¹⁸⁶ *Op. cit.*, T.I, p. 91

¹⁸⁷ *Op. cit.*, T.II, p. 411

elección competitiva, fue la campaña de 1920 de Álvaro Obregón, quien ante la competencia electoral, basó sus discursos en la complacencia, en frases atractivas, con escasas promesas y compromisos, se concentró en pedir el voto, en buscar la identificación con el auditorio y en desacreditar a sus oponentes.

En las elecciones competidas de 1988 y 1994 los candidatos que triunfaron no presentaron su plataforma electoral, ni su plan de gobierno a los electores. Pronunciaron promesas y compromisos generales, demostrando que en los procesos electorales competidos de México, el discurso se torna demagógico, engañoso y deliberadamente ambiguo. Ante la disputa electoral el Partido Revolucionario Institucional y sus candidatos recurrieron al marketing político y redujeron la exposición de su plataforma electoral.

¹⁸⁸ *Op. cit.*, T. II, p. 120

Capítulo 3

Entorno de los discursos 1920-1994

3.1. Variables de los discursos electorales 1920-1994

En nuestro periodo de análisis es posible observar cuatro momentos en el contexto en el que se pronunciaron y desarrollaron los discursos electorales. Los cuatro momentos que observamos en las campañas fueron: 1920-1934 el momento de formación; 1940-1964 el momento de consolidación; 1970-1982 el momento de cambios; y, 1988-1994 el momento de liberalización. El contexto en que se desarrollaron los discursos en cada uno de estos momentos fue muy distinto.

En este apartado utilizaremos tres variables: número de discursos pronunciados por cada candidato, partido que los postuló y duración de las campañas electorales. Con la revisión de estas variables quedó claro que las campañas cambiaron de acuerdo con las circunstancias del régimen político.

En 1920 cuando Alvaro Obregón fue candidato a la presidencia, no había otro personaje que pudiera ser rival del caudillo triunfante. Obregón pronunció únicamente 33 discursos en mítines multitudinarios. En las elecciones de 1924 y 1928, la falta de competencia electoral continuó y el número de discursos pronunciados por los candidatos aumentó muy lentamente. En 1929 el primer candidato postulado por el PNR, Pascual Ortíz Rubio, se vio obligado a buscar durante su campaña un mayor contacto con la población,

pronunciando 105 discursos. En la campaña de 1934 Lázaro Cárdenas pronunció únicamente 17 discursos¹⁸⁹.

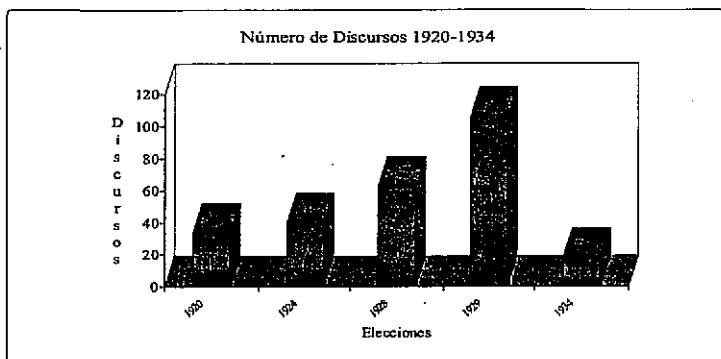


Tabla del número de Discursos Pronunciados por Candidato

Candidatos	Partido	Elección	Núm. Discursos
Álvaro Obregón	PLC	1920	33
Plutarco Elías Calles	PLM	1924	39
Álvaro Obregón	CDO	1928	62
Pascual Ortíz Rubio	PNR	1929	105
Lázaro Cárdenas del Río	PNR	1934	17

La posibilidad de realizar una campaña política implica ciertas condiciones fundamentales ó un partido formado con cuadros administrativos capaces de organizar, coordinar y ejecutar una campaña política; recursos estatales o privados que permitan sufragar gastos como impresión de propaganda, transporte, equipo de sonido, espacios en los medios de comunicación entre otros, lo que se traduce en la necesidad de contar con un cuadro administrativo capacitado para manejar el presupuesto público o las relaciones e intereses que proporcionan recursos de origen privado o recursos ilícitos de fuentes

¹⁸⁹ Nos referimos exclusivamente al número de discursos documentados, algunos estudiosos han mencionado que fue el General Lázaro Cárdenas el primer candidato que realizó una exhaustiva campaña electoral, sin embargo, nos fue imposible acceder a esta información.

públicas. En todos los casos se requiere una organización capaz de administrar los recursos, cualquiera que sea su origen.

Con la campaña electoral de Álvaro Obregón en 1920, se reiniciaron los procesos electorales, mismos que nunca más en la historia política del país se interrumpirán, su campaña representó la garantía, cuando menos inicial, de respeto a los procesos electorales.

En 1919 los partidos políticos no estaban consolidados. Era el caudillo-candidato quien con su imagen, fuerza, o prestigio lograba que distintos grupos apoyaran su candidatura y se organizaran como partido político. De 1920 a 1928 se realizaron tres elecciones¹⁹⁰ en las que los partidos que postulaban a los candidatos tenían diferentes denominaciones, en realidad, se trataba de coaliciones de partidos que se formaban para sostener las candidaturas y dar cobertura institucional a los candidatos.

Álvaro Obregón fue postulado en 1919 por el Centro Director Obregonista, el Partido Liberal Constitucionalista, el Partido Laborista Mexicano y el Partido Nacional Agrarista¹⁹¹. Plutarco Elías Calles fue candidato del Partido Laborista Mexicano, Partido Nacional Agrarista, Partido del Proletariado Mexicano, la Asociación Nacional Progresista, Partido Radical Mexicano, Partido del Progreso Cívico y Partido de Reforma Popular¹⁹². Álvaro Obregón en 1927 fue candidato por el Centro Director Obregonista.

¹⁹⁰ Son tres elecciones porque el periodo presidencial era de cuatro años, consideramos las elecciones de 1920, 1924, 1928.

¹⁹¹ Ramírez Rancaño, Mario, "Estadísticas electorales: presidenciales" *Revista Mexicana de Sociología*, México, 1977, num. 1 ene-marzo 1977, p.288

¹⁹² *Op. cit.*, p. 289

Fue hasta la elección¹⁹³ de Pascual Ortíz Rubio en 1929 que el Partido Nacional Revolucionario, con cinco meses de formado, con documentos presentados y una organización inicial postuló al candidato. Serán dos los candidatos postulados por este partido: Pascual Ortíz Rubio en 1929 y Lázaro Cárdenas del Río en 1933.

Durante las campañas electorales de 1919 a 1939 podemos observar que lo importante era el candidato y no el partido que lo postulaba, llegando al extremo de que el candidato se declarara postulante y después se formara el partido político, como en 1920 con el Centro Director Obregonista. Esta tendencia perdió fuerza con la formación del PNR, sin embargo, todavía en el decenio 1929 a 1939 los candidatos conservaron ciertas características: caudillos, miembros del ejército y participantes en la lucha armada, que tuvieron un importante arrastre entre la sociedad y los sectores políticamente influyentes de su tiempo, a la par de un inicial pero sostenido proceso de institucionalización del partido, que tendía a consolidarse pero que aun modificaba su inclinación ideológica y programática; por tal, consideramos que en esta fase los candidatos tenían mayor importancia que el partido.

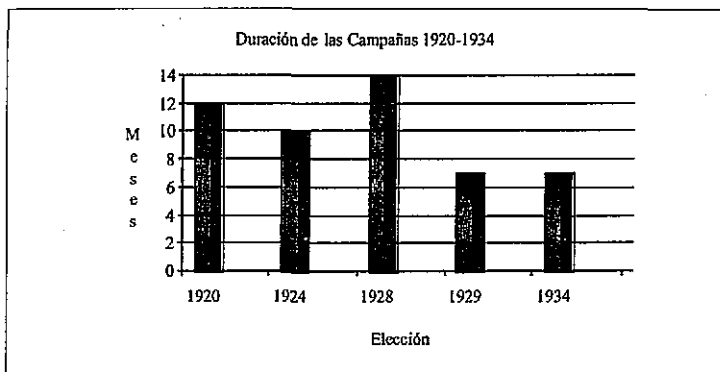
Partidos que postularon a los candidatos de 1920 a 1934

Candidato	Elección	Partido	Siglas
Álvaro Obregón	1920	Partido Liberal Constitucionalista	PLC
Plutarco Elías Calles	1924	Partido Laborista Mexicano	PLM
Álvaro Obregón	1928	Centro Director Obregonista	CDO
Pascual Ortíz Rubio	1929	Partido Nacional Revolucionario	PNR
Lázaro Cárdenas del Río	1934	Partido Nacional Revolucionario	PNR

La tercer variable que se refiere a la duración de las campañas electorales nos permite observar la preponderancia de los candidatos sobre los partidos. Cuando el Partido

¹⁹³ Extraordinaria por el asesinato del Presidente electo Alvaro Obregón

Revolucionario no estaba formado, o estaba consolidándose, la postulación de un candidato a la presidencia y el inicio de su campaña dependían del candidato, de sus tiempos y de la competencia. Álvaro Obregón en 1920 hizo una campaña electoral que duró 12 meses, el partido no estaba formado y el caudillo buscaba imponer su candidatura al jefe del ejecutivo.



Duración en meses de las campañas electorales de 1920 a 1934.

Candidato	Elección	Inicio	Término	Meses
Álvaro Obregón	1920	29/10/19	1/09/20	12
Plutarco Elías Calles	1924	1/09/23	1/06/24	10
Álvaro Obregón	1928	25/06/27	15/07/24	14
Pascual Ortíz Rubio	1929	26/05/29	30/11/29	7
Lázaro Cárdenas del Río	1934	6/12/33	30/06/34	7

Como puede observarse en las campañas electorales de 1920-1934 se realizaron cuando se estaba institucionalizando el país, los partidos políticos estaban en formación, las reglas que garantizaban la transmisión pacífica del poder estaban en construcción; paulatinamente el poder dejaba de disputarse con las armas y se regularizaba la realización de campañas electorales.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

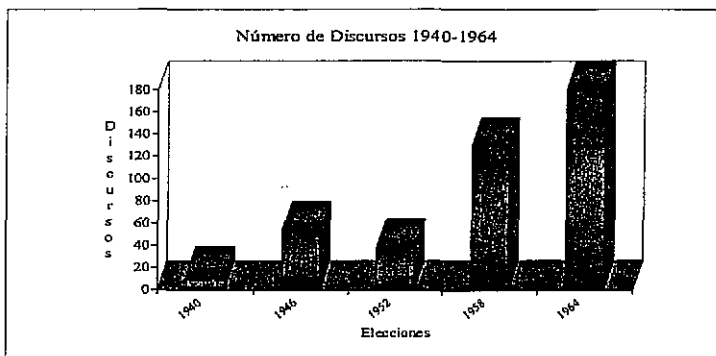
En las campañas de 1940-1964 las condiciones políticas se estabilizaron, el número de discursos que pronunciaban los candidatos fue variable, hasta la campaña de Adolfo López Mateos en 1958 el número de discursos aumentó, quedando en 129. En esta elección las mujeres sufragaron por primera vez.

Es probable que la necesidad de respaldo por parte del candidato López Mateos haya sido un factor para reconocerles el derecho al voto, recordemos que antes de ser postulado como candidato a la presidencia, López Mateos se había desempeñado como secretario de trabajo, puesto en el que tuvo una actuación polémica porque enfrentó los movimientos sociales de los ferrocarrileros, maestros y campesinos. En la campaña electoral de Gustavo Díaz Ordaz en 1964 continuó este lento pero sostenido incremento en el número de discursos que pronunciaron los candidatos que resultaron ganadores.

A medida que la institucionalización del partido avanzaba, los procesos electorales y los resultados de las administraciones generaban descontentos sociales, aunados a la presencia de la oposición, el número de discursos de campaña también se incrementó. El hecho de que el número de discursos aumentara, no significa que se avanzó en la democracia, o que los candidatos adquirieron mayores compromisos, únicamente indican un aumento en la emisión de discursos.

Tabla del número de Discursos Pronunciados por Candidato

Candidatos	Partido	Elección	Núm. Discursos
Manuel Avila Camacho	PRM	1940	12
Miguel Alemán Valdés	PRI	1946	53
Adolfo Ruiz Cortines	PRI	1952	37
Adolfo López Mateos	PRI	1958	129
Gustavo Díaz Ordaz	PRI	1964	180



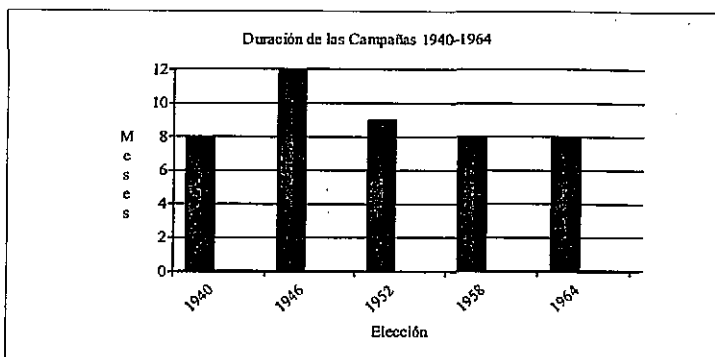
A partir de la candidatura de Miguel Alemán Valdés en 1945, será el Partido Revolucionario Institucional el encargado de postular a los candidatos que resultarán ganadores. Lo que nos indica la institucionalización y fortalecimiento del partido de la revolución, a pesar de los cambios en el nombre, ideología, estructura, formación etc.

Partidos que postularon a los candidatos de 1940 a 1964

Candidato	Elección	Partido	Siglas
Manuel Avila Camacho	1940	Partido de la Revolución Mexicana	PRM
Miguel Alemán Valdés	1946	Partido Revolucionario Institucional	PRI
Adolfo Ruiz Cortines	1952	Partido Revolucionario Institucional	PRI
Adolfo López Mateos	1958	Partido Revolucionario Institucional	PRI
Gustavo Díaz Ordaz	1964	Partido Revolucionario Institucional	PRI

En cuanto a la duración de las campañas electorales, Miguel Alemán realizó una campaña de 12 meses, pero por otras razones. El partido ya estaba formado y los mecanismos de designación de candidatos eran por todos aceptados, pero enfrentaba una competencia importante con la candidatura de Ezequiel Padilla, candidato del Partido Democrático Mexicano.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Duración en meses de las campañas electorales de 1940 a 1964.

Candidato	Elección	Inicio	Término	Total
Manuel Ávila Camacho	1940	3/11/39	30/06/40	8
Miguel Alemán Valdés	1946	8/07/45	16/06/46	12
Adolfo Ruiz Cortines	1952	14/10/51	22/06/52	9
Adolfo López Mateos	1958	17/11/57	15/06/58	8
Gustavo Díaz Ordaz	1964	17/11/63	21/06/64	8

Las variables de las campañas de 1940-1964 podemos observar claramente la importancia que cada vez más adquiría el Partido Revolucionario Institucional y la actividad política dentro de éste. Poco a poco perdían importancia los individuos que hacían su carrera y adquirían prestigio al margen del partido.

Los partidos que postulaban a los candidatos a la presidencia y que obtenían el triunfo son un elemento de la lenta, pero sostenida consolidación del partido político postulante y de algunas características del sistema político mexicano como son la legislación de los procesos electorales, el sistema de partidos, el presidencialismo y por supuesto, de las campañas electorales.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

A partir de la campaña electoral de 1970 y hasta 1982, el número de discursos pronunciados por los candidatos fue muy parecido entre sí, pero multiplicó y rebasó el número de los emitidos por el candidato con mayor actividad de 1920 a 1964.

Luis Echeverría pronunció 897 discursos, José López Portillo 958 y Miguel de la Madrid 1058; en comparación Gustavo Díaz Ordaz pronunció 180, la proporción es de 4 a 1. El crecimiento es más sorprendente si lo comparamos con el candidato que pronunció un menor número de discursos: Manuel Avila Camacho con 12 discursos, apenas el 1.3% de los discursos de las campañas de 1970 a 1982.

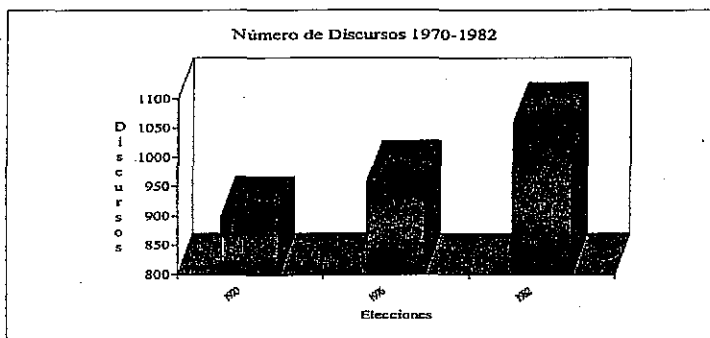


Tabla del número de Discursos Pronunciados por Candidato

Candidatos	Partido	Elección	Núm. Discursos
Luis Echeverría Alvarez	PRI	1970	897
José López Portillo	PRI	1976	958
Miguel de la Madrid Hurtado	PRI	1982	1058

El aumento en el número de discursos pronunciados, es tal vez, la mayor evidencia de que las funciones de las campañas y los discursos electorales sufrieron modificaciones. Los candidatos seguían siendo designados desde la presidencia, la fuerza de la oposición no hacía peligrar los resultados, el número de discursos aumentó simplemente porque la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

campaña dejó de ser un escaparate y se convirtió en un generador de respaldo. Uno de los objetivos al pronunciar discursos fue restablecer los consensos y el apoyo hacia los candidatos designados.

Estos cambios fueron resultado del desgaste del ejercicio de gobierno y de las formas tradicionales de designación. En este lapso la oposición continuó débil y sin condiciones para disputar los resultados. En 1970, Luis Echeverría sólo tuvo como opositor a Efraín González Morfín del Partido Acción Nacional, pese a lo favorable de su situación, el número de sus discursos se cuadruplicó.

La ausencia de competencia fue más notoria en 1976 cuando José López Portillo no tuvo opositores y aún así el número de sus discursos aumentó. Miguel de la Madrid en 1982 pronunció más discursos que sus antecesores, al mismo tiempo que disfrutó de la imagen de competitividad creada con el ingreso de otros partidos políticos a la arena electoral, ingreso que se alentó con las reformas legales de 1977. Estas condiciones de competencia nos llevan a concluir que a pesar del incremento en el número de discursos pronunciados por los tres candidatos, lo fundamental era establecer un vínculo con los ciudadanos y no disputar con la oposición por los votos.

Los candidatos que ganaron la presidencia entre 1970 y 1982, fueron postulados por el Partido Revolucionario Institucional, que ya estaba completamente consolidado y cuyo deseo de permanencia lo empujaba a buscar un cambio que le diera una nueva imagen y una nueva manera de relacionarse con la ciudadanía.

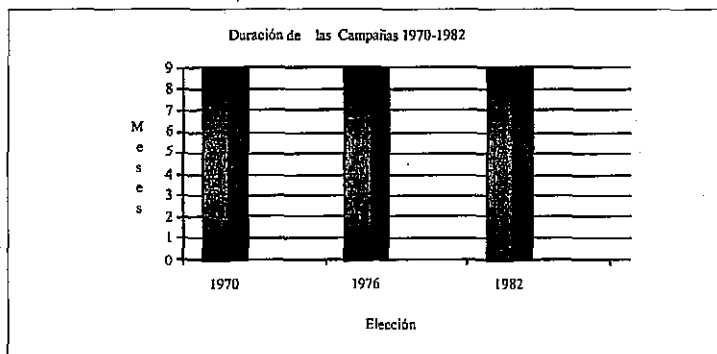
Partidos que postularon a los candidatos de 1970-1982

Candidato	Elección	Partido	Siglas
Luis Echeverría Alvarez	1970	Partido Revolucionario Institucional	PRI
José López Portillo	1976	Partido Revolucionario Institucional	PRI
Miguel de la Madrid Hurtado	1982	Partido Revolucionario Institucional	PRI

En las elecciones de 1970 a 1982, el partido estaba institucionalizado, los mecanismos de designación de candidato a la presidencia estaban establecidos e imponían, a aquellos que aspiraban a ser candidatos, esperar los tiempos del ejecutivo y del partido para ser designados; además, había tal concentración del poder que era imposible que la oposición reuniera las condiciones para disputar y hacer peligrar los resultados favorables al PRI, por lo tanto, el partido y sus candidatos podían esperar.

Duración en meses de las campañas electorales de 1970 a 1982.

Candidato	Elección	Inicio	Término	Total
Luis Echeverría Alvarez	1970	15/11/69	1/07/70	9
José López Portillo	1976	5/10/75	27/06/76	9
Miguel de la Madrid Hurtado	1982	11/10/81	27/06/82	9



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

De 1970 a 1982, las campañas electorales se caracterizaron por el aumento en el número de discursos pronunciados a pesar de la ausencia de competencia electoral. El Partido Revolucionario Institucional estaba totalmente consolidado y los candidatos se vieron favorecidos al ser postulados por un partido gobernante, institucionalizado, con una extensa organización, con amplia capacidad de movilización, lo que les garantizaba el triunfo, su campaña era únicamente para despertar la simpatía y aprobación de los ciudadanos.

En 1988 la apertura y participación de partidos opositores en el proceso electoral resultó contraproducente. El régimen fue incapaz de controlar a la oposición que durante más de 20 años protegió y alentó. En 1988 para el candidato Salinas de Gortari la presencia de la oposición tuvo efectos negativos, traduciéndose en falta de apoyo.

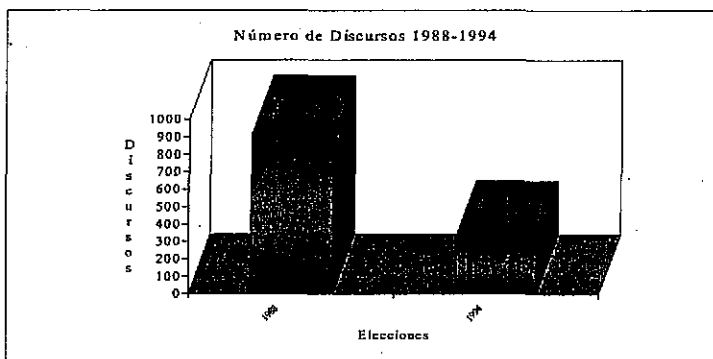
La campaña electoral de 1994 se realizó en condiciones de incertidumbre sobre los resultados, porque el proceso de apertura y liberalización que se vivió de 1988 a 1994 fue muy acelerado y permitió que en 1994 los partidos políticos concurrieran en condiciones regulares de competencia electoral. Sin embargo, el número de discursos pronunciados no aumentó porque fue una elección que se desarrolló en medio de sucesos nacionales excepcionales: apareció públicamente el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN); asesinaron a Luis Donald Colosio Murrieta candidato del PRI y se llevó a cabo el primer debate entre los candidatos a la presidencia de la República¹⁹⁴ transmitido a través de los medios de comunicación. Todos estos acontecimientos influyeron, en el descenso del número de discursos pronunciados por Ernesto Zedillo candidato del PRI en 1994.

¹⁹⁴ El debate se desarrolló el 12 de mayo de 1994, sin embargo, los candidatos suspendieron sus actos públicos una semana antes, para dedicarse a la preparación de este evento.

Además hubo otras variaciones como los lugares y los auditorios a los que se dirigía, el uso intenso de los medios de comunicación y cambios en la relación con su partido. Para Ernesto Zedillo su legitimidad dependía de las condiciones de competencia y no de los discursos pronunciados.

Tabla del número de Discursos Pronunciados por Candidato

Candidatos	Partido	Elección	Núm. Discursos
Carlos Salinas de Gortari	PRI	1988	907
Ernesto Zedillo Ponce de León	PRI	1994	310



Los cambios en la campaña y en el número de discursos pronunciados por los candidatos se debieron a la búsqueda de apoyo. Cuando no existía competencia ni consenso social, los candidatos realizaban campañas intensas con el fin de lograr el reconocimiento social y fue hasta que el proceso de liberalización generó condiciones de competencia, que la legitimidad de los candidatos dependió de los resultados electorales y no de los discursos que pronunciaban.

Los dos candidatos a la presidencia electos en 1988 y 1994, fueron postulados por un Partido Revolucionario Institucional, que se encontraba en una situación de deterioro de

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

su poder hegemónico. Los dos candidatos triunfadores participaron en el proceso electoral ante una situación de debilidad del partido oficial e incluso del presidencialismo.

En 1982, se inició un proceso de paulatina pérdida de poder del Partido Revolucionario Institucional. Los resultados de gobierno incrementaban el descontento de la población y al mismo tiempo, con la liberalización política, se incrementó la presencia, fuerza y representatividad de otros partidos políticos. Los candidatos triunfadores de 1988 a 1994 fueron postulados por el PRI pero por un partido menos fuerte y menos seguro de sus resultados que el Partido de 1970-1982. Podríamos decir que fueron candidatos de un partido que cada vez tenía más reducidas sus fuerzas.

Partidos que postularon a los candidatos de 1988 a 1994

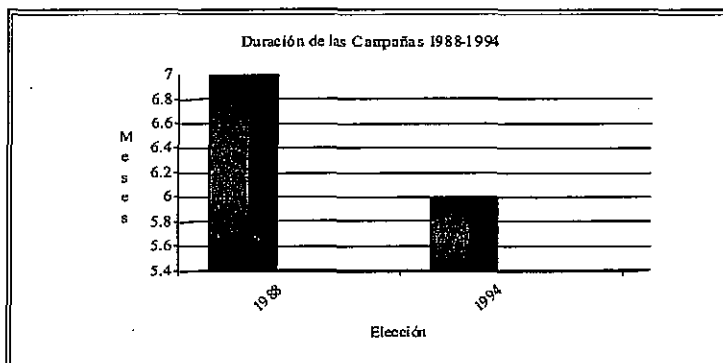
Candidato	Elección	Partido	Siglas
Carlos Salinas de Gortari	1988	Partido Revolucionario Institucional	PRI
Ernesto Zedillo Ponce de León	1994	Partido Revolucionario Institucional	PRI

En las campañas electorales de 1988 a 1994, pese a la liberalización electoral y a la participación de partidos opositores, los mecanismos de designación de candidato del PRI sufrieron alteraciones, modificando la duración de las campañas electorales. La designación de Carlos Salinas de Gortari, como candidato del PRI se hizo a través de un nuevo mecanismo que consistía en que los precandidatos a la presidencia se presentaran ante los sectores y miembros distinguidos del partido, para que éstos seleccionaran al precandidato que consideraran más conveniente. Este mecanismo de designación retrasó el inicio de la campaña de Carlos Salinas de Gortari un mes.

En cuanto a la campaña de Ernesto Zedillo, por ser el suplente de Luis Donaldo Colosio, su campaña inició al tomar protesta como candidato el 29 de marzo de 1994.

Duración en meses de las campañas electorales de 1920 a 1994.

Candidato	Elección	Inicio	Término	Total
Carlos Salinas de Gortari	1988	7/11/87	29/05/88	7
Ernesto Zedillo Ponce de León	1994	29/3/94	20/08/94	5



A partir de los indicadores en las campañas de 1988-1994 podemos observar que el número de discursos pronunciados por los candidatos del PRI disminuyó drásticamente, la legitimidad de los candidatos del PRI empezó a derivar del hecho de participar en elecciones competitivas, los discursos electorales fueron pronunciados para participar en la competencia electoral, de cuyos resultados dependía la creencia en los candidatos.

En términos generales se puede observar como con la institucionalización del PRI, la duración de las campañas fue constante en todos los casos y aumentó únicamente cuando hubo conflictos en el régimen y desacuerdos en torno a quien era postulado como candidato a la presidencia. Las campañas de Álvaro Obregón fueron las más largas porque era un candidato que no obedecía a los tiempos políticos de ningún partido, ni tampoco del jefe del Ejecutivo, él tenía la fuerza política y por lo tanto podía decidir en que momento daba a

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

campaña que en promedio duraba de ocho a nueve meses. Cuando en el régimen había algo que perturbaba esa candidatura los candidatos debían iniciar antes su campaña, para estar un mayor tiempo en contacto con la población.

3.2. Lugares en los que se presentaron los discursos 1920-1994

En las campañas de 1920-1934, los candidatos pronunciaron un total de 255 discursos. Por ser el momento de formación del régimen político mexicano, los datos que se incluyeron en cada discurso y en los que nos basamos para obtener nuestras variables, cambian mucho de un candidato a otro.

No tenemos la información del lugar en que fueron pronunciados 32 discursos. Los 223 que sí cuentan con este dato nos permitieron saber que el lugar más visitado por los diez candidatos fue Michoacán con 29 discursos pronunciados. En una tabla de los diez estados más visitados por los candidatos de 1920-1934 se observó lo siguiente:

Entidades Más Visitadas Por los Candidatos 1920-1934

Entidad	Num de Discursos	Porcentaje
Michoacán	29	13.00%
Guanajuato	20	8.96%
Distrito Federal	18	8.07%
Yucatán	17	7.62%
Veracruz	15	6.72%
Chihuahua	9	4.03%
San Luis Potosí	9	4.03%
Chiapas	9	4.03%
Tamaulipas	8	3.58%
Puebla	7	3.13%

Estos datos son resultado de los indicadores obtenidos en los discursos de los cinco candidatos postulados de 1920 a 1934, los datos se modifican con respecto a la tabla general cuando revisamos a los candidatos tipo. Álvaro Obregón visitó 17 entidades de la federación. El mayor número de discursos pronunciados en un estado fueron cinco y esto sucedió en Yucatán y Guanajuato.

El número de discursos pronunciados y las ciudades visitadas por Pascual Ortiz Rubio se incrementaron, por dos razones del ámbito nacional: el asesinato de Álvaro Obregón y la guerra cristera, que restaron fuerza y legitimidad al candidato emanado del grupo revolucionario, esto obligó al primer candidato del PNR a pronunciar 105 discursos y visitar 21 entidades del país. Las más visitadas fueron Michoacán con 18 visitas, Guanajuato con 12 y Veracruz con 10. Dejó de visitar Baja California, Aguascalientes, Colima, Guerrero, Morelos y Nayarit.

Lázaro Cárdenas visitó únicamente nueve estados, en el resto de las entidades no realizó campaña de manera personal. El lugar en el que más discursos pronunció fue el Distrito Federal con tres, seguido de Tabasco, Querétaro, Campeche y Guerrero con dos discursos.

En las campañas de 1940-1964, los candidatos pronunciaron un total de 406 discursos. No tenemos la información del lugar en que fueron pronunciados 19 discursos. Los 387 que sí cuentan con este dato nos permitieron saber que el lugar más visitado por los diez candidatos fue Veracruz con 29 discursos pronunciados. En una tabla de los diez estados más visitados por los candidatos de 1940-1964 se observó lo siguiente:

Entidades Más Visitadas Por los Candidatos 1940-1964

Entidad	Num de Discursos	Porcentaje
Veracruz	29	7.49%
Distrito Federal	24	6.20%
Chihuahua	21	5.42%
Coahuila	20	5.16%
Tamaulipas	19	4.90%
Tabasco	18	4.65%
Baja California	17	4.39%
Sinaloa	14	3.61%
San Luis Potosí	14	3.61%
Sonora	14	3.61%

Las campañas políticas y el recorrido de los candidatos por el país como un acto regular, intenso y planeado se iniciaron con la campaña de Miguel Alemán. Este cambio se dio por la competencia y la presencia de Ezequiel Padilla como candidato opositor, lo que obligó al PRI y a su candidato a modificar su estrategia de campaña para despertar el consenso social.

Miguel Alemán en la campaña de 1946 visitó 29 estados de la República, faltándole Baja California Sur, Campeche y Quintana Roo. Aunque recorrió casi todo el país, se limitó a visitar las capitales, pronunciando un discurso en cada localidad, convirtiéndose la campaña en un escaparate, en el recorrido triunfal del elegido, ya que bastaba la simple presencia del candidato para reactivar la legitimidad y despertar consensos. Pronunciaba muy pocos discursos porque no tenía que convencer a nadie, no eran necesarios los compromisos, su simple presencia bastaba, en la mayoría de los casos se limitó a visitar la capital de cada estado. El lugar donde pronunció más discursos fue en Tamaulipas con cinco, Chihuahua y San Luis Potosí con tres.

Este aumento en la intensidad de las campañas y discursos pronunciados continuó durante la campaña de Díaz Ordaz, quien visitó todos los estados del país, con excepción de la entidad Baja California Sur. El estado en el que pronunció un mayor número de discursos fue Veracruz con 13, Coahuila con 10 y 9 en el Distrito Federal. El menor número de discursos que pronunció en un estado fue de tres. Esta nueva forma de las campañas se consolidó en 1964 con Díaz Ordaz, a partir de este momento el régimen buscará a través de las campañas reactivar la aceptación ciudadana y la legitimidad al margen de los resultados.

Cuando había inestabilidad en el régimen, el partido no existía o estaba en formación y los resultados electorales no estaban en disputa, la legitimidad de los candidatos derivaba de otras fuentes: triunfos en la lucha armada, buena administración, prestigio personal etc., no era necesario el "rito sexenal" para que su gobierno gozara del reconocimiento y aceptación de la población.

Para explicar el cambio en la forma de hacer las campañas y pronunciar los discursos electorales podemos aventurar dos explicaciones. Una vez que el régimen se consolidó, que los resultados de gobierno eran tangibles y la hegemonía del PRI era indiscutible, el régimen tuvo la necesidad de crear un rito que diera legitimidad a los candidatos y futuros presidentes. El mecanismo ideado fueron las campañas electorales. La consolidación del régimen, la estructura y recursos del partido creados a nivel nacional hicieron posibles estos cambios en las campañas.

La otra explicación posible es que cuando el régimen no estaba consolidado, la competencia electoral, incluso la simulación electoral, no eran lo que determinaba el triunfo, simplemente no eran necesarias las campañas políticas. Cualquiera que fuera la

razón, la diferencia entre los lugares que visitó Gustavo Díaz Ordaz es notable con respecto a los lugares y al número de discursos pronunciados por Álvaro Obregón o Lázaro Cárdenas.

El cambio fundamental de las campañas de 1970-1982 con respecto a las de 1920-1934 fue el inicio de las campañas políticas para la competencia electoral. De 1934 a 1964 los pocos discursos pronunciados por cada candidato eran suficientes para que la población los conociera. En 1970-1982 los candidatos se vieron obligados a incrementar el número de discursos pronunciados y buscar una mayor diversidad de auditorios.

Con estabilidad y un buen nivel de credibilidad, los candidatos que ocuparon la presidencia de la república entre 1920-1964 pronunciaron 661 discursos durante diez procesos electorales, mientras que Luis Echeverría Álvarez, José López Portillo y Miguel de la Madrid pronunciaron 2,910 discursos en apenas tres campañas electorales.

El principal cambio fue la importancia que adquirieron las campañas, los discursos y la información sobre estos. La simple presencia de los datos pone en evidencia la nueva importancia que se dió a los discursos y a las campañas electorales. Las diez entidades federativas más visitadas por Luis Echeverría Álvarez, José López Portillo y Miguel de la Madrid en las campañas de 1970-1982 fueron:

Entidades Más Visitadas Por los Candidatos 1970-1982

Entidad	Número de discursos	Porcentaje
Distrito Federal	420	14.43%
Veracruz	117	4.02%
Baja California	113	3.88%
Tamaulipas	112	3.84%
Nuevo León	110	3.78%
Coahuila	99	3.40%
Guerrero	98	3.36%
Chihuahua	96	3.29%
Zacatecas	95	3.26%
Estado de México	93	3.19%

Es evidente la desproporcionada prioridad que se dio y sigue dándose a los actos en el Distrito Federal, en donde se concentró el 14.43% de los discursos. Los 420 discursos pronunciados en la ciudad de México en 1970-1982 son más que los discursos pronunciados por Gustavo Díaz Ordaz, quien en total pronunció 176 discursos.

En el resto de los estados entre los tres candidatos pronunciaron un promedio de 70 y 60 discursos. Los estados en los que se pronunció un menor número de discursos fueron Quintana Roo con 48, Querétaro con 53 y Nayarit con 50, aún en estos casos, el número de discursos fue mayor que el total de discursos pronunciados por algunos candidatos en sus campañas electorales, por ejemplo, Ávila Camacho pronunció 12 y Lázaro Cárdenas 19. La importancia que cada uno de los dos candidatos dio a las entidades federativas fue distinta. Los diez estados más visitados por Luis Echeverría en su campaña electoral de 1970 fueron:

Entidades Más Visitadas Por Luis Echeverría 1970

Entidad	Número de discursos	Porcentaje
Distrito Federal	65	7.26%
Tamaulipas	42	4.69%
Chihuahua	41	4.58%
Coahuila	40	4.46%
San Luis Potosí	40	4.46%
Veracruz	39	4.35%
Guerrero	36	4.02%
Nuevo León	35	3.91%
Oaxaca	33	3.68%
Tabasco	31	3.46%

La superioridad del Distrito Federal se mantuvo en la tabla general, el segundo lugar fue ocupado por Coahuila, mientras que para Luis Echeverría el segundo sitio fue Tamaulipas desplazando a Coahuila a la cuarta posición. La tendencia se mantuvo, conservando como la entidad más visitado al D.F. seguido de los estados del norte de la república; la intensa presencia del candidato en el norte del país, se explica porque fue la región en la que aparecieron los primeros desacuerdos activos hacia el régimen.

En el sur del país por sus condiciones políticas y culturales y porque la legitimidad y el apoyo hacia los candidatos del partido oficial se conservó, los candidatos de 1970-1982 visitaron esos estados sin dedicarles una especial atención. La excepción a esta tendencia fue el estado de Guerrero que en la tabla general se ha ubicado en el tercer lugar y que en la campaña de Luis Echeverría fue la séptima entidad federativa más visitada. Este elevado número de discursos fue una respuesta a la presencia de movimientos guerrilleros en la zona de la sierra.

Las entidades federativas en las que menos discursos pronunció Luis Echeverría fueron: Colima con 9; Aguascalientes con 12; Nayarit y Tlaxcala con 13 y Sinaloa con 15.

Este bajo número de discursos se explica porque en esas entidades había estabilidad y control político. En el caso de los discursos pronunciados por José López Portillo en la campaña electoral de 1976, los diez estados en los que pronunció un mayor número de discursos fueron:

Entidades Más Visitadas Por José López Portillo 1976

Entidad	Número de discursos	Porcentaje
Distrito Federal	117	12.21%
Sonora	43	4.48%
Baja California	41	4.27%
Nuevo León	41	4.27%
Veracruz	37	3.86%
Sinaloa	35	3.65%
Guerrero	33	3.44%
Puebla	33	3.44%
Zacatecas	31	3.23%
Baja California Sur	31	3.23%

El Distrito Federal fue el estado en el que José López Portillo pronunció un mayor número de discursos. En 1976 la importancia de esta entidad aumentó cinco puntos porcentuales con respecto a la elección de 1970. El resto de los estados más visitados por el candidato del PRI en 1976 fueron los del norte del país. La diferencia fue que mientras Luis Echeverría dio prioridad a Coahuila, López Portillo prefirió Sonora. Baja California Sur por primera vez apareció como uno de los diez estados en los que más discursos se pronunciaron, esto se debió al crecimiento de su población y a la importancia que adquirió para la economía nacional.

Con la campaña de López Portillo, el norte del país se consolidó como la región de la república más visitada por los candidatos a la presidencia postulados por el PRI. Las entidades federativas en las que menos discursos pronunció el candidato de 1976 fueron:

Colima con 10, Hidalgo y San Luis Potosí con 16, Quintana Roo con 15 y Tlaxcala con 17.

En el resto de los estados fueron pronunciados entre 30 y 20 discursos.

Los diez estados más visitados por Miguel de la Madrid en la campaña electoral de 1982 fueron:

Entidad	Número de discursos	Porcentaje
Distrito Federal	228	21.53%
Estado de México	37	3.50%
Nuevo León	36	3.40%
Sinaloa	35	3.31%
Guanajuato	35	3.31%
Tamaulipas	34	3.21%
Tabasco	33	3.12%
Yucatán	32	3.02%
Chihuahua	30	2.83%
Guerrero	28	2.64%

Los datos permiten observar que fue Miguel de la Madrid el candidato que inicia la tendencia a pronunciar el 21% de sus discursos en el Distrito Federal. El segundo lugar lo ocupó el Estado de México con el 5%. Dentro de los diez primeros estados en los que se emitieron más discursos, cuatro son del norte del país. Una entidad que sale de la tendencia general fue Guerrero, ubicado como el décimo estado en donde se pronunciaron un mayor número de discursos.

A pesar de que fue Miguel de la Madrid quien inició la concentración de discursos en el Distrito Federal y en el Estado de México, dentro de los estados que más visitó existió un balance entre el norte, el sur y el centro del país. Las condiciones de la competencia en 1982 no exigían al candidato concentrarse en la obtención de votos, pudiendo realizar una campaña en la que visitó todas las entidades del país y pronunció de 20 a 27 discursos en

ellas. Los estados en los que pronunció un menor número de discursos fueron: Baja California Sur y Morelos con 12, Aguascalientes y Quintana Roo con 17.

El cambio y la ruptura, entre 1920-1964 y 1970-1982, se encontró en que los candidatos diversificaron las ciudades visitadas. En un primer momento, los candidatos no visitan todas las entidades federativas del país; se presentaban en aquellos lugares en los que había problemas o eran muy bien recibidos; Álvaro Obregón visitó 17 estados, Pascual Ortíz Rubio 21, Lázaro Cárdenas 9. En la campaña de Miguel Alemán cuando la competencia electoral se intensificó y el régimen era estable, el candidato visitó 29 entidades y Díaz Ordaz pronunció discursos en todos los estados, pero las campañas electorales eran distintas y obedecían a otra lógica.

Aún cuando los candidatos trataban de presentarse en todos los estados de la república, se limitaban a visitar la capital y pronunciar uno o dos discursos ante distintos sectores sociales; era una campaña electoral diseñada para exhibir a los candidatos. Díaz Ordaz modificó un poco esta forma de hacer la campaña, él además de presentarse en la capital visitaba una o dos ciudades importantes de cada estado, por ejemplo, en Guanajuato pronunció un discurso en la ciudad, uno en Dolores Hidalgo y uno más en León.

En 1970 con la campaña y los discursos de Luis Echeverría éste formato cambió radicalmente. A pesar de que los resultados seguían garantizados, los acontecimientos políticos y sociales habían fracturado la creencia y apoyo popular hacia los candidatos del Partido Revolucionario Institucional, lo que los obligó a realizar un recorrido por todos los estados del país con la intención de ser vistos y escuchados por el mayor número posible de personas y por la mayor diversidad de sectores sociales.

En 1970 se iniciaron cambios muy importantes, la campaña electoral de los candidatos a la presidencia ya no se planificó como un gran recorrido nacional, sino como varios recorridos regionales. Los candidatos visitaban cada estado y el mayor número posible de ciudades y poblados que lo integraban, entre etapa y etapa regresaban al Distrito Federal, a continuar con su campaña electoral.

Por ejemplo, Luis Echeverría pronunció 19 discursos en Michoacán, 5 en la ciudad de Morelia y el resto en Zitacuaro, Tiquicheo, Huetamo, Melchor Ocampo, Apatzingán, Uruapan, Timgambo, Zacapu, Zamora, Jiquilpan, Pajacuarán, Briseñas de Matamoros, Vista Hermosa, Tanhuato y la Piedad. Visitó 16 ciudades en un estado y realizó un recorrido parecido en cada una de las 32 entidades de la República Mexicana.

La campaña electoral de José López Portillo siguió el mismo esquema, por ejemplo, en el estado de Oaxaca pronunció 21 discursos, 7 en la Cd. de Oaxaca y el resto en: Ixtepec, Juchitán, Tehuantepec, Guelatao, Cuilapan de Guerrero, Pinoteca Nacional, Huajuapán, Loma Bonita, Tuxtépex, Unión Hidalgo, La Sabana, y Matías Romero. A pesar de que era candidato único, en cada entidad federativa realizó este tipo de recorrido. La intención fue restablecer los hilos que permitían a los ciudadanos sentirse identificados con el futuro presidente. Este cambio en el diseño de las campañas políticas, independiente de la competencia, revitalizó la función de las campañas y los discursos electorales, como parte de un rito sexenal indispensable para la renovación de las lealtades, la identificación y la legitimidad de los candidatos del PRI.

El cambio y ruptura entre un momento y otro se encuentran en estas características que adquirieron las campañas electorales. Las causas del cambio fueron la búsqueda de

legitimidad¹⁹⁵. Los datos ponen en evidencia que Luis Echeverría inició una nueva forma de realizar las campañas electorales, caracterizada por los cambios en su diseño y no por rupturas discursivas, que en los materiales originales no se observaron. Seguramente la necesidad de distanciarse del régimen de Díaz Ordaz obligaron a estos cambios. Las campañas electorales intensas al margen de la competencia electoral, únicamente pueden ser explicadas a partir de la ausencia de legitimidad y credibilidad de los candidatos oficiales y de la urgencia por reactivar estos sentimientos.

A partir de 1988 fue evidente que los tiempos en que los candidatos tenían asegurado el triunfo a pesar de pronunciar muy pocos discursos habían llegado a su fin. Para los candidatos oficiales de 1920-1964 fue suficiente pronunciar 661 discursos, en diez campañas electorales; los tres candidatos de 1970-1982 con seguridad sobre los resultados pero con falta de legitimidad, pronunciaron 2,910 discursos en tres campañas; los candidatos de 1988-1994, en un contexto de competitividad electoral pronunciaron 1,215 discursos en dos campañas electorales. Ante la competencia electoral el número de discursos pronunciados por los candidatos del Partido Revolucionario Institucional disminuyó, lo mismo que la estrategia de campaña utilizada por los candidatos de 1970-1982.

La apertura y la competencia electoral que se vivió entre los años 1988-1994 obligó a los candidatos a mantener una campaña política intensa con el fin de entrevistarse con el

¹⁹⁵ El mismo Luis Echeverría explicó que el distanciamiento que tuvo durante su campaña con el presidente Díaz Ordaz, no fue por causa del mitológico discurso de ruptura, sino por los cambios en la estrategia de campaña, "me embarqué... a La Paz, contra muchas oposiciones, para recorrer toda la península de Baja California, que en parte era intransitable. Entonces Díaz Ordaz comenzó a preguntar a que iba a Baja California, porque en gran parte no había electores, era el desierto. Luego con el espíritu de renovación comenzaron a participar muchos muchachos en mi campaña o en la gira" Jorge, G. Castañeda, *Op. cit.*, p. 64

mayor número posible de electores. Por la competencia electoral los candidatos realizaron su campaña en dos fases: en la primera visitaban todos los estados y todas las ciudades; en la segunda, que se realizaba el último mes de la campaña, se trasladaban por avión a los estados en donde tenían una gran cantidad de simpatizantes y a donde debían también reforzar las relaciones con los votantes. En el último mes hacían los cierres de campaña con uno o dos mítines masivos por estado. Las diez entidades federativas más visitadas por los dos candidatos postulados por el PRI de 1988 a 1994 fueron:

Entidades Más Visitadas Por los Candidatos 1988-1994

Entidad	Número de discursos	Porcentaje
Distrito Federal	263	21.64%
Estado de México	55	4.52%
Nuevo León	50	4.11%
Baja California	49	4.03%
Guadalajara	44	3.62%
Sonora	42	3.45%
Guanajuato	41	3.37%
Chiapas	37	3.04%
Sinaloa	34	2.79%
Durango	33	2.71%

Cuando la competencia electoral y la oposición tuvieron fuerza, las visitas de los candidatos del PRI fueron más frecuentes en los estados con grandes concentraciones de población, los tres sitios más visitados por los candidatos del PRI fueron las grandes ciudades del país. En el Distrito Federal se desarrolló una quinta parte de las campañas, debido a la concentración de población de la ciudad de México y a sus posibilidades como centro de comunicación.

La mayor presencia de los candidatos del Partido Revolucionario Institucional en el DF respondió a las necesidades de competencia. En las campañas de 1970-1982 ya se podía

inferir esta tendencia a concentrar los discursos en la Ciudad de México, sin embargo, estos se convirtieron casi en una cuarta parte cuando la competencia fue real. Los candidatos *privilegiaron las visitas en donde había una mayor concentración de votantes o donde se encontraban en condiciones de competencia reñidas.*

De las diez entidades en donde se pronunció un mayor número de discursos, cinco fueron del norte del país; esto se explica porque era una zona en la que el Partido Acción Nacional disputaba los resultados, porque eran ciudades densamente pobladas, y para el modelo económico los empresarios y las industrias del norte eran estratégicas. El estado en el que los candidatos pronunciaron un menor número de discursos fue Baja California Sur.

En los discursos de Carlos Salinas de Gortari se observaron cambios con respecto a la tendencia general; los diez estados en los que éste candidato pronunció un mayor número de discursos fueron:

Entidades Más Visitadas Por Carlos Salinas de Gortari 1988

Entidad	Número de discursos	Porcentaje
Distrito Federal	146	16.11%
Estado de México	42	4.63%
Baja California	35	3.86%
Jalisco	33	3.64%
Chihuahua	30	3.31%
Durango	27	2.98%
Sinaloa	27	2.98%
Tabasco	27	2.98%
Chiapas	26	2.86%
Querétaro	26	2.86%

En un nuevo contexto de competencia electoral, el partido y su candidato mantuvieron el diseño que durante sesenta años les había garantizado el triunfo. Ante

condiciones inéditas de competencia, Carlos Salinas de Gortari se cobijó en las viejas estructuras y tradiciones del PRI.

En la elección de 1988 se redujo la concentración de discursos pronunciados en el Distrito Federal. Comparado con el 21% general, Salinas de Gortari únicamente pronunció el 16% de sus discursos en el DF, ciudad en la que los partidos de oposición PAN y PRD tenían importancia. Aunque en la lista de los diez estados más visitados por el candidato aparecen cuatro estados del norte del país, en términos porcentuales su importancia se redujo, indicándonos que el candidato del PRI disminuyó su presencia en las plazas en las que la oposición era importante. En compensación aumentó los discursos pronunciados en los estados con mayor atraso económico y que tradicionalmente le daban más votos al PRI, por ejemplo, Chiapas apareció en el noveno lugar con el 2. 86%.

Aparentemente los candidatos del PRI fueron abiertos a los cambios en el diseño de sus campañas cuando tenían garantizados los resultados. En 1988, cuando el triunfo y la legitimidad no estaban asegurados, Carlos Salinas se replegó a las estructuras y formas tradicionales del Partido. En 1994 con la campaña y discursos de Ernesto Zedillo se redefinieron las fuentes de legitimidad y continuaron los cambios. Los diez estados más visitados por Ernesto Zedillo en 1994 fueron:

Entidades Más Visitadas Por Ernesto Zedillo 1994

Entidad	Número de discursos	Porcentaje
Distrito Federal	118	38.18%
Estado de México	23	7.44%
Baja California	14	4.53%
Jalisco	11	3.55%
Sonora	11	3.55%
Michoacán	9	2.91%
Nuevo León	9	2.91%
Coahuila	9	2.91%
Guanajuato	8	2.58%
Veracruz	8	2.58%

Con esta tabla podemos observar el efecto que tuvo la competencia electoral, ante condiciones de disputa relativamente equitativas, Ernesto Zedillo concentró poco menos de la mitad de sus discursos en el Distrito Federal. En la elección de 1994, el candidato retomó la tendencia de pronunciar un mayor número de discursos en el norte del país, donde el Partido Acción Nacional tenía una gran presencia. Este aumento tenía la intención de que su presencia alentara la emisión de votos en su favor. Así el tercer estado en el que pronunció más discursos fue Michoacán y Morelos considerados como bastiones perredistas.

La campaña de 1994 se concentró en el Distrito y el Estado de México porque tenían el mayor número de votantes. El objetivo de la campaña electoral de Ernesto Zedillo ya no fue que los ciudadanos se identificaran con el candidato; su objetivo era obtener el mayor número de votos, porque en esa mayoría se originaba la legitimidad del ganador.

Los datos de este momento, nos permiten observar la resistencia y la dificultad que experimentó el PRI en la elección de 1988 para adaptarse a la presencia de la oposición. En la campaña de 1994 pudimos observar que el Partido y su candidato se adaptaron a la

competencia y en función de la disputa por los votos, definieron en que estados era necesario pronunciar un mayor número de discursos. La gran ruptura fue que los cambios dependieron de la competencia, su causa no fue la necesidad de legitimidad, sino la necesidad de competir por los votos.

Un ejemplo de cómo los candidatos de 1988-1994 cambiaron los lugares en los que pronunciaban sus discursos fue Miguel de la Madrid, quien en condiciones de no-competitividad en su gira por Nuevo León en el año de 1982 visitó Cd. Anáhuac, Lampazos del Naranjo, Villa Aldama y Bustamante, Sabinas de Hidalgo, Cerralvo, Doctor González, Ciudad de Nuevo León, Doctor Arroyo, Ejido de Acuña, Ascensión, Galeana, Apocada, San Nicolás de la Garza, Villa de Juárez, Cadereyta, China, General Bravo, Santa Catarina, Garza García, Allende, Montemorelos y Linares, curiosamente no visitó la ciudad de Monterrey.

En condiciones distintas de competencia, en 1988, Carlos Salinas de Gortari en su visita a Nuevo León pronunció más de la mitad de sus discursos en Monterrey, las ciudades que visitó fueron: Ciudad Guadalupe, Municipio de General Terán, Montemorelos, Linares, Sabinas Hidalgo y Agualeguas. El candidato no tenía el tiempo para visitar cada una de las ciudades, prefería visitar las capitales y llegar a todos los habitantes a través de los medios de comunicación locales y nacionales.

En 1994, aunque Nuevo León fue uno de los diez estados más visitados por Ernesto Zedillo, únicamente estuvo en la ciudad de Monterrey. Ante la competencia electoral ya no podía realizar los exhaustivos recorridos de pueblo por pueblo que se hicieron en 1970-1982; la competencia lo obligaba a concentrarse en las grandes ciudades y a confiar en que

los medios de comunicación harían sentir a los habitantes de cada estado que estaba cerca de ellos y que se interesaba por sus problemas; esto fue posible porque la legitimidad del futuro presidente no derivaba del contacto directo con los ciudadanos sino de los votos obtenidos y el mejor modo para obtenerlos era con el uso de los medios de comunicación.

3.3. Sectores sociales ante los que se presentaron los discursos 1920-1994

En esta investigación nos encontramos con el problema de que la importancia que actualmente damos a las campañas electorales y a sus variables, no coincide con el peso que en el pasado se les daba; por ejemplo, nosotros damos importancia a los sectores sociales con los que se reúnen los candidatos, pero de 1920 a 1934 este dato no tenía ninguna relevancia. De los 255 discursos pronunciados en las campañas electorales de estos años, solamente en 18 encontramos el dato de los sectores con los que se entrevistaban los candidatos, en el 92.94% de los discursos sencillamente no apareció esta información.

De los datos que disponemos, encontramos que el sector con el que mayor número de veces se entrevistaron los candidatos de este momento, fue con los medios de comunicación con 9 discursos, seguidos de reuniones con los trabajadores ante quienes pronunciaron 3 discursos. Los otros grupos con los que se entrevistaron en una ocasión fueron: el ejército, empresarios, estudiantes, profesionistas, simpatizantes y con un sindicato.

En lo que se refiere al tipo de evento preferido por los candidatos de 1920 a 1934, la información que tenemos es mayor que en el caso de los sectores. Contamos con los datos

de 105 discursos. De este universo encontramos que el evento más frecuente fueron los mítines con 30 actos, seguidos de 13 eventos realizados en teatros, 10 banquetes, 6 discursos dirigidos al pueblo, 6 declaraciones a la prensa y 4 declaraciones o manifiestos.

Por candidato, encontramos que Álvaro Obregón presidió ocho mítines, realizó tres reuniones en teatros, tuvo dos reuniones con sindicatos y como es sabido, prefería los banquetes que se daban en su honor, de estos presidió nueve. En el caso de Pascual Ortiz Rubio únicamente destaca su preferencia por las reuniones en los teatros con tres eventos. Lázaro Cárdenas, por su parte, daba prioridad a las reuniones con trabajadores presentándose en siete actos de este tipo.

Cuando se observa el número de discursos pronunciados a lo largo de 5 campañas electorales, lo irregular de la gira electoral y la poca importancia que se daba a los indicadores de los discursos, es claro que de 1920 a 1934 la legitimidad y credibilidad en el candidato obedecían a otras razones y no se originaban en la campaña electoral. La legitimidad derivaba de ser un caudillo que participó y triunfó en la gesta revolucionaria, las campañas electorales se realizaban para reafirmar el consenso de la población en torno al triunfo irrefutable de los caudillos revolucionarios.

Probablemente por esta razón los candidatos con frecuencia mencionaban los ideales y su pasado revolucionario, porque de la creencia ciudadana en estos valores dependía la legitimidad de los resultados. Probablemente por este acuerdo social los candidatos que realizaron su campaña electoral entre 1920-1934 obtuvieron porcentajes de votación muy elevados, a pesar de su poca actividad proselitista. En una tabla de resultados se observan los siguientes datos:

Votación de los Candidatos 1920-1934

Candidatos	Partido	Elección	# Discurso	# Votos	% Votos
Alvaro Obregón	PLC	1920	33	1,131.75	95.78%
Plutarco Elías Calles	PLM	1924	39	1,340.63	84.14%
Alvaro Obregón	CDO	1928	62	1,670.45	100% ¹⁹⁶
Pascual Ortiz Rubio	PNR	1929	105	1,947.85	93.55%
Lázaro Cárdenas del Río	PNR	1934	17	2,225.00	98.19%

En 1920, postulado por el Centro Director Obregonista, Álvaro Obregón obtuvo 1,131,751 votos, el 95.78% frente a Alessio Robles quien obtuvo 47,442 votos el 4% de la votación. En 1924 Plutarco Elías Calles postulado por el Partido Laborista Mexicano obtuvo 1,340,634 votos, el 84.14%, mientras Angel Flores de la Liga Política Nacional logró 252,599 votos, el 15.85% de la votación. En 1928 Álvaro Obregón fue candidato único y obtuvo 1,670,453 votos.

Los resultados del primer candidato del PNR, Pascual Ortiz Rubio, pueden ser calificados como un éxito: obtuvo 1,947,848 de votos el 93.55% frente a 110,979 el 5.33% de José Vasconcelos. En 1934 Lázaro Cárdenas obtuvo 2,225,000 de votos el 98.19%, frente a su oponente más cercano Antonio Villareal postulado por la Confederación Revolucionaria de Partidos Independientes quien logró 24,935 el 1.08% de los votos.

Como puede observarse, la poca actividad proselitista de los candidatos tuvo como resultado una muy alta votación, lo que nos obliga a concluir que en los años de formación del régimen político mexicano, los resultados electorales no dependían de la actividad proselitista de los candidatos.

¹⁹⁶ No se registró candidato opositor en esta elección. En 1928 las instituciones electorales solamente daban peso a la votación emitida y no al abstencionismo, votación nula etc.

La importancia que se daba a los discursos de campaña electoral era muy poca, sobre todo al momento de señalar sus indicadores, esta tendencia continuó en los discursos pronunciados en las campañas de 1940-1964. De los 406 discursos pronunciados en las campañas electorales, solamente en 38 encontramos el dato de los sectores con los que se entrevistaban los candidatos, en el 90.64% de los discursos no apareció esta información.

De los datos disponibles, encontramos que el sector con el que mayor número de veces se entrevistaron los candidatos de 1940-1964 fueron los universitarios con 10 discursos, seguidos de 7 pronunciados ante sindicatos, 5 ante trabajadores, 4 ante mujeres y 2 ante los medios de comunicación. Los grupos con los que se entrevistaron en una ocasión fueron: los campesinos, empresarios, estudiantes, indígenas, intelectuales, jóvenes, maestros, y militantes.

En cuanto al evento en el que los candidatos de 1940-1964 pronunciaron sus discursos, dispusimos de la información en 136 discursos. El evento más frecuente fueron las palabras improvisadas con 58 ocasiones, los mensajes al pueblo con 29 intervenciones, 10 actos en universidades, 7 discursos pronunciados ante asambleas, 6 pronunciados en convenciones y 5 en congresos.

Por candidatos tipo encontramos que Miguel Alemán, al igual que Cárdenas, dio una mayor importancia a las reuniones con los sindicatos, presentándose en seis eventos, mientras que Gustavo Díaz Ordaz prefería las reuniones con especialistas para discutir los programas más adecuados para resolver un problema .

La información de sectores y tipo de evento que los candidatos realizaban es totalmente irregular. Esto probablemente se deba a las pretensiones de universalidad. Los

datos no se registraban porque se pretendía que el partido y su candidato representaban a todos los sectores y a todos los intereses. De acuerdo con esta pretensión es que estos datos se omitían.

Por el número de discursos pronunciados, las pocas visitas a los estados de la república y por los sectores sociales con los que se entrevistaban, es claro que de 1940 a 1964 las campañas y los discursos de los candidatos oficiales respondían a las características del régimen. Es evidente que la legitimidad y credibilidad en el candidato obedecían a otras razones y no se originaban en la campaña electoral; la legitimidad derivaba de ser postulado por el partido de la revolución mexicana y las campañas se realizaban para que los ciudadanos conocieran al nuevo elegido.

Seguramente por esto, los candidatos mencionan con mucha frecuencia al partido y al presidente porque de los resultados de la administración anterior y de ser postulados por el partido oficial dependía su triunfo y no de su capacidad para persuadir a los ciudadanos de depositar el voto en su favor, mediante una campaña electoral intensa y discursos convincentes.

Los resultados electorales favorables dependían del desempeño gubernamental y de ser postulados por el partido oficial, por eso, de 1940 a 1964 encontramos constantes menciones al programa e ideología del partido y se pueden observar propuestas concretas de acciones, sobre todo en términos de infraestructura. Lo determinante en la definición de los resultados eran el apoyo del partido, con todo lo que implicaba, y las acciones de la administración saliente, como fuentes suficientes de legitimidad ante la incipiente competencia electoral.

Por estas razones los candidatos del lapso 1940-1964 pudieron obtener porcentajes de votación muy elevados, a pesar de su poca actividad proselitista. En una tabla de resultados se observan los siguientes datos:

Votación de los Candidatos 1940-1964

Candidatos	Partido	Elección	# Discurso	# Votos	% Votos
Manuel Avila Camacho	PRM	1940	12	2,476.64	93.9%
Miguel Alemán Valdés	PRI	1946	53	1,786.90	77.87%
Adolfo Ruiz Cortines	PRI	1952	37	2,713.75	74.31%
Adolfo López Mateos	PRI	1958	129	6,767.75	90.56%
Gustavo Díaz Ordaz	PRI	1964	180	8,368.45	88.63%

En 1940 fue candidato del PRM Manuel Ávila Camacho, quien obtuvo 2,476,641 el 93.9% de los votos frente a Juan Andrew Almazán con 151,101, el 5.73%. En 1946 Miguel Alemán obtuvo 1,786, 901, 77.87% de votos frente a Ezequiel Padilla candidato del Partido Democrático Mexicano, quien tuvo 443,357, 19.32% de votos. En la elección de 1952, Adolfo Ruiz Cortines obtuvo 2,713,745, el 74.31% de votos frente a Miguel Henríquez Guzmán, postulado por la Federación de Partidos del Pueblo Mexicano, con 579,745, el 15.88% de votos. En la elección de 1958, Adolfo López Mateos obtuvo 6,767,754, el 90.56% de los votos, elevando en 15% el porcentaje de la votación inmediata anterior, frente a Luis Álvarez candidato del Partido Acción Nacional con 705,303, 9.44% de votos. En 1964, Díaz Ordaz obtuvo 8,368.446, el 88.63% de votos frente a José González Torres, candidato del Partido Acción Nacional, quien obtuvo 1,034,337, el 10.95% de votos¹⁹⁷.

Entre el número de discursos pronunciados por los candidatos y los resultados, no existe una relación directa, el resultado es reflejo y producto del estado de la oposición, de

¹⁹⁷ Datos obtenidos en Carlos Martínez Assad *Op. cit.*, p.273-297

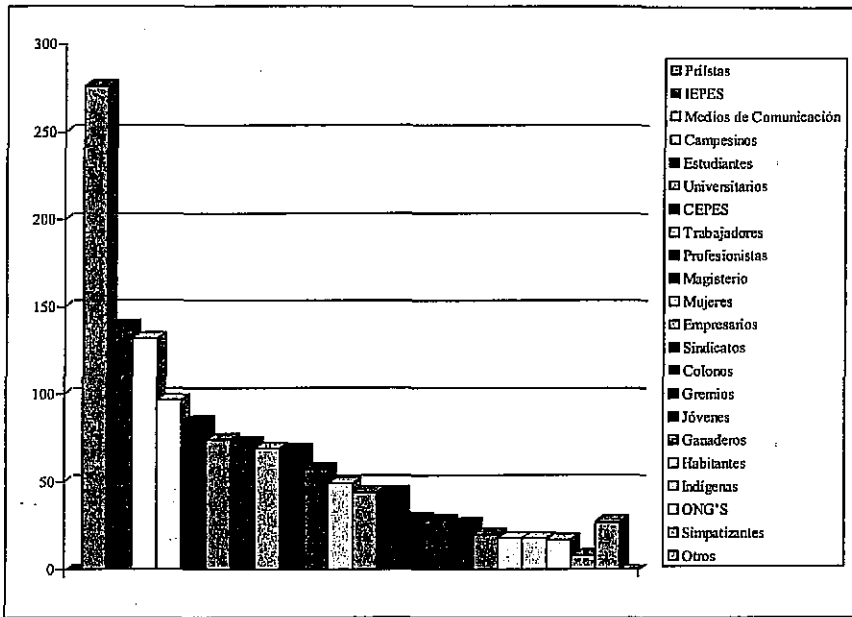
lo cerrado del régimen político, de lo autoritario o liberalizado que se encuentre y sobre todo, del sentir y de la participación social influenciada por estos hechos.

En el tercer momento de 1970 a 1982, a pesar de que los candidatos seguían pretendiendo entrevistarse con el mayor número posible de personas, el dato de los sectores sociales ante los que se presentaban fue adquiriendo fuerza. De los 2910 discursos pronunciados por Luis Echeverría, José López Portillo y Miguel de la Madrid, solamente sabemos a que sectores dirigieron sus discursos en 1414 casos; el 48.59%. Los sectores con los que se entrevistaron los candidatos de 1970-1982 fueron:

Sectores con los que se Entrevistaron los Candidatos 1970-1982

Sector Social	Número de Discursos	Porcentaje ¹⁹⁸
Militantes	276	19.51%
IEPES	139	9.83%
Medios de Comunicación	132	9.33%
Campesinos	97	6.85%
Estudiantes	84	5.94%
Universitarios	74	5.23%
CEPES	72	5.09%
Trabajadores	69	4.87%
Profesionistas	68	4.80%
Magisterio	57	4.03%
Mujeres	49	3.46%
Empresarios	44	3.11%
Sindicatos	44	3.11%
Colonos	29	2.05%
Gremios	28	1.98%
Jóvenes	26	1.83%
Ganaderos	20	1.41%
Habitantes	18	1.27%
Indígenas	18	1.27%
ONG'S	17	1.20%
Simpatizantes	8	0.56%
Otros	27	1.90%

¹⁹⁸ El porcentaje se obtuvo considerando como el 100% los 1414 discursos que tienen esta información. La clasificación de los grupos sociales fue elaborada con base en los sectores sociales con los que se entrevistaron los candidatos y que son mencionados por el Partido Revolucionario Institucional en sus recopilaciones de los discursos.



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Las campañas electorales de 1970-1982 fueron diseñadas para el consumo interno del PRI. Luis Echeverría en 1970, José López Portillo en 1976 y Miguel de la Madrid en 1982 pronunciaron ante los priístas 276 discursos. A esta cifra deben sumarse los discursos ante el Instituto de Estudios Políticos Económicos y Sociales (IEPES) y el Centro de Estudios Políticos Económicos y Sociales (CEPES), Centros de Investigación y Estudio del PRI. Desde la campaña de Miguel Alemán se habían realizado mesas redondas, en las que los especialistas discutían los temas y problemas de interés nacional. En la campaña de 1970 estos eventos fueron muy importantes; el IEPES era el encargado de organizar conferencias en las que se discutían problemas nacionales, por ejemplo, el campo; mientras que el CEPES hacía las reuniones para discutir los problemas de cada entidad federativa.

Los eventos realizados por estos institutos deben considerarse como actos ante priístas, porque pertenecían al partido y organizaban eventos con especialistas, funcionarios

y líderes sociales que simpatizaban con el partido. Los 276 discursos ante priístas más los 139 del IEPES y los 72 del CEPES, hacen un total de 487 discursos pronunciados ante los priístas. El 34.44 % de los discursos de Luis Echeverría, José López Portillo y Miguel de la Madrid fueron pronunciados ante los compañeros de partido de los candidatos, de estas cifras se concluye que más de la cuarta parte de los discursos de campaña electoral de 1970-1982 fueron pronunciados ante militantes o simpatizantes del Partido Revolucionario Institucional.

En los datos de las campañas y discursos electorales de 1970-1982 se pudo observar por primera vez la presencia de los medios de comunicación como interlocutores. Durante las campañas de 1920 a 1964, salvo situaciones excepcionales, los candidatos siempre dirigían sus discursos a grupos sociales y los representantes de los medios de comunicación asistían a estas reuniones para realizar su nota informativa.

Fue hasta 1970-1982 que los candidatos del PRI parecieron entender la importancia, capacidad de penetración, de movilización, de control y manejo que permitían los medios de comunicación, con la ventaja de que el sistema autoritario los mantenía bajo control. Los candidatos presentaron 132 discursos ante este sector, ya sea en conferencias de prensa, mensajes de radio, entrevistas de televisión, para periódicos etc.

El tercer grupo en importancia fue el de los estudiantes. Ante alumnos de primaria y hasta preparatoria se presentaron 84 discursos, es importante aclarar que los alumnos que cursan estos grados generalmente no han cumplido los 18 años y no tienen derecho al voto, además debemos sumar los 74 discursos pronunciados ante universitarios, y los 26 pronunciados ante jóvenes resultando un total de 184 el 13.01% de los discursos

pronunciados en las campañas de 1970-1982 se presentaron ante estudiantes, de los cuales más de la mitad no tenían derecho al voto. El elevado número de discursos pronunciados ante este sector social es la evidencia más clara del desgaste e ilegitimidad que significaron los acontecimientos de 1968.

En este lapso todavía tuvieron importancia los sectores sociales que formaban parte del partido. Ante trabajadores se presentaron 69 discursos, éste número se explica porque eran un sector organizado, numeroso y con derecho a voto, que formaba parte del sistema corporativo y que era considerado como clientela fija del PRI. Con estas reuniones también se buscaba relacionarse y desagaviar a los trabajadores afectados por la represión, a los líderes y movimientos sindicales independientes de los sesenta y setenta.

Es este lapso el partido y sus candidatos abandonaron la pretensión de representar a toda la sociedad, reconocieron que no todos los ciudadanos eran miembros del partido y entendieron que era necesario reunirse con el mayor número posible de grupos sociales para avalar su triunfo. Para Luis Echeverría, José López Portillo y Miguel de la Madrid, a pesar de continuar la falta de competitividad fue prioritario reunirse con la mayor cantidad de sectores sociales, lo que constituyó un cambio notorio con respecto a las características de las campañas de 1920-1964.

En cuanto al tipo de evento en el que los candidatos de 1970 y 1982 se presentaban, contamos con la información de 2201 discursos, el 75.63 % de los 2910 pronunciados en esta etapa. Con base en estos datos podemos decir que el evento en el que más veces se presentaron fueron los actos organizados por el IEPES y el CEPES, se ubicaron como el primer tipo en importancia con 321; estas reuniones eran poco numerosas, en ellas se

pretendía discutir algún tema de interés. La certeza sobre los resultados obligaba a los candidatos del PRI a demostrar su análisis y conocimiento profundo de la realidad nacional y a presentar su propuesta de gobierno. Estas reuniones fueron el escaparate que permitía la exhibición de las cualidades de los candidatos y futuros presidentes.

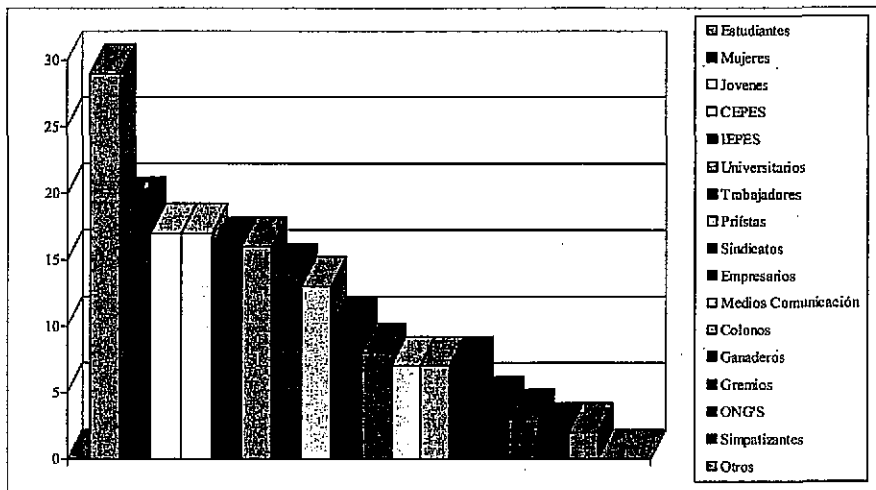
El segundo evento en importancia fueron los mítines con 299. El mítin es el acto político que aspira a llegar a una población abierta y heterogénea, se realizan en espacios públicos en los que se pueden incorporar todos los interesados, es un evento que convoca a toda la ciudadanía y que tiene pretensiones de universalidad.

Como una muestra de la importancia que tenían los sectores sociales tradicionales, el tercer evento fueron las asambleas con 162 discursos, eran actos cerrados en el que los candidatos se reunían con un sector social claramente delimitado, por ejemplo, con trabajadores o campesinos, los candidatos pronunciaban un discurso que buscaba responder a los intereses y expectativas de estos grupos, presentando su plataforma o programa de gobierno y abordando un tema de interés para ese sector social.

Los datos de los sectores con los que se reunieron los candidatos nos permiten inferir que los cambios en las campañas de 1970-1982 son resultado de la falta de legitimidad del régimen, del partido oficial y de sus candidatos; esta falta de legitimidad obedeció a distintas causas, en las tres campañas electorales los discursos electorales se modificaron para buscar legitimidad. En 1970 los discursos de Luis Echeverría Álvarez buscaban resolver la falta de legitimidad que sufría por el conflicto estudiantil de 1968, entrevistándose con los siguientes sectores:

Sectores con los que se Entrevistó Luis Echeverría 1970

Sector Social	Número de Discursos	Porcentaje ¹⁹⁹
Estudiantes	29	13.67
Mujeres	19	8.96%
Jóvenes	17	8.01%
CEPES	17	8.01%
IEPES	16	7.54%
Universitarios	16	7.54%
Trabajadores	14	6.60%
Priístas	13	6.13%
Sindicatos	10	4.71%
Empresarios	8	3.77%
Medios de Comunicación	7	3.30%
Colonos	7	3.30%
Ganaderos	7	3.30%
Gremios	4	1.88%
ONG'S	3	1.41%
Simpatizantes	2	0.94%
Otros	2	0.94%



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

La información de los sectores con los que se reunió Luis Echeverría Álvarez en 1970, expresa tendencias interesantes: el sector con el que más reuniones sostuvo fue con el de los jóvenes; esto obedeció a la necesidad de legitimarse y recomponer los vínculos con

el sector agraviado por la represión de Tlatelolco, además, buscaba capturar los votos de un sector social recientemente incorporado al ejercicio ciudadano. Estas razones llevaron a Luis Echeverría a pronunciar 29 discursos con estudiantes, 16 ante universitarios y 17 ante jóvenes, un total de 62 discursos, el 29.24% pronunciados ante nuevos ciudadanos. Los datos nos permiten concluir que la prioridad del candidato del PRI fue reposicionarse y revertir su desgaste ante este sector de la sociedad.

El segundo grupo en importancia fueron los priístas, los discursos del candidato de 1970 pronunciados ante miembros del PRI fueron 13, a los que deben sumarse los 16 discursos presentados en actos del IEPES y los 17 del CEPES, en total 46 discursos. El 21.69% fueron pronunciados ante un grupo que se suponía convencido de favorecer al candidato con su voto, éste porcentaje tan elevado se explica por la intención del candidato de iniciar o reactivar las relaciones con los miembros de su partido, para contar en su gobierno con una base de apoyo sólida.

Los datos de la campaña de Luis Echeverría nos permiten concluir que el número de discursos pronunciados ante cada sector del partido dependía de su peso político, pero aún así, no eran prioridad para el candidato porque se les consideraba clientelas seguras y cautivas. La importancia de la CTM motivó al candidato a reunirse en 10 ocasiones con los sindicatos que integraban la central obrera. A estos discursos deben sumarse las 14 reuniones con trabajadores, para un total de 24 discursos pronunciados ante un sólo sector del partido, colocándolos muy por arriba de los 6 discursos pronunciados ante campesinos y los 4 del sector popular. A pesar de la importancia que tuvieron durante los conflictos de

¹⁹⁹ El porcentaje se obtuvo considerando como el 100% los 212 discursos que tienen esta información.

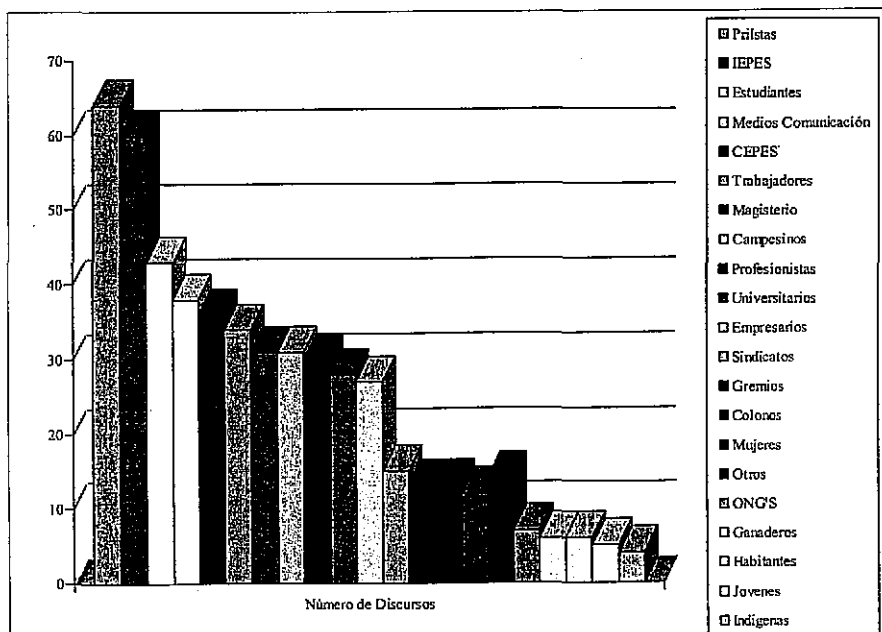
1968, o tal vez por la importancia que tuvieron, Luis Echeverría no se reunió con el ejército ni con los intelectuales.

En cuanto al tipo de evento en que se presentaba el candidato de 1970, únicamente 227 discursos tenían esta información: el 25.36%. Los eventos más concurridos por Luis Echeverría fueron las asambleas con 64 discursos, los actos en las escuelas con 18 y los desayunos con 16. Estos eventos indican que en la campaña electoral de 1970 se privilegiaron las reuniones en lugares pequeños con sectores cerrados, claramente identificados y que permitían un contacto cercano con el auditorio. Solamente en 11 ocasiones Luis Echeverría realizó mítines en plazas públicas.

La campaña de 1970 buscó primordialmente la legitimidad del candidato quien presentó el mayor número posible de discursos ante jóvenes y estudiantes, no para competir sino para obtener adhesión y creencia en su triunfo. En 1976, la campaña de José López Portillo tuvo cambios en la forma pero no en los contenidos de los discursos, lo que muestra que de 1970 a 1982 fue la campaña y no los discursos los que sufrieron las adaptaciones necesarias para generar legitimidad. Los sectores con los que se entrevistó fueron:

Sectores con los que se Entrevisto José López Portillo 1976

Sector Social	Número de Discursos	Porcentaje ²⁰⁰
Priistas	64	11.70%
IEPES	60	10.96%
Estudiantes	43	7.86%
Medios Comunicación	38	6.94%
CEPES	36	6.58%
Trabajadores	34	6.21%
Magisterio	31	5.66%
Campeños	31	5.66%
Profesionistas	30	5.48%
Universitarios	28	5.11%
Empresarios	27	4.93%
Sindicatos	15	2.74%
Colonos	13	2.37%
Gremios	13	2.37%
Mujeres	12	2.19%
Otros	14	2.55%
ONG'S	7	1.27%
Ganaderos	6	1.09%
Habitantes	6	1.09%
Jóvenes	5	0.91%
Indígenas	4	0.73%



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

La campaña de José López Portillo fue diferente de la campaña de su antecesor. En 1976 el gobierno había superado el desgaste que causó el conflicto estudiantil de 1968, su problema era la falta de competencia electoral, por esta razón el candidato oficial pronunció más discursos que cualquiera de sus antecesores. Su principal auditorio fueron los priístas ante los que pronunció 64 discursos, más los 60 del IEPES y los 36 del CEPES, 160 discursos, el 29.25% pronunciados ante miembros del PRI, lo que nos lleva a dos explicaciones: o bien la competencia se daba al interior del partido, o ante la falta de competencia decidieron fortalecer y reestructurar las relaciones al interior del Partido Revolucionario Institucional.

En 1976 los estudiantes conservaron su importancia, colocándose como el segundo sector ante el que José López Portillo pronunció más discursos, con un total de 43 discursos, a los que sumamos los 28 ante universitarios; 71 discursos; el 12.97 %. Al igual que en la elección de 1970, esta tendencia tiene dos explicaciones: 1) eran un sector inconforme y 2) su número los convertía en una clientela política atractiva.

En 1976 José López Portillo fue el primer candidato que dio importancia a las reuniones con el grupo que en lo sucesivo determinaría la disputa electoral: los medios de comunicación. Como interlocutores del candidato con entrevistas, declaraciones y conferencias de prensa, se ubicaron en cuarto lugar con 38 discursos, el 6.94%. En el proceso electoral de 1976 por primera vez los medios de comunicación tuvieron tanta importancia. Durante las elecciones de 1920-1964 y la campaña de Luis Echeverría el sistema era tan cerrado, que los medios de comunicación estaban obligados a cubrir de una manera favorable las actividades de los candidatos oficiales sin ser sus interlocutores.

²⁰⁰ El porcentaje considera como el 100% los 547 discursos que tenían esta información.

La importancia que adquirieron los medios de comunicación queda claramente establecida cuando decimos que fueron el tercer sector, pero lo es más cuando comparamos los 38 discursos pronunciados para los medios, con los discursos que José López Portillo pronunció ante las clientelas tradicionales del partido, por ejemplo, ante los campesinos emitió 31 discursos. Lentamente las reuniones con los sectores tradicionales empezaron a disminuir mientras los discursos para los medios de comunicación aumentaban. Curiosamente esta tendencia inició en una elección no competitiva y con un candidato único.

En 1976 el candidato del PRI además de sostener frecuentes reuniones con algunos sectores, pronunció uno o dos discursos ante grupos importantes en términos políticos, por ejemplo, tuvo una reunión con el ejército, grupo que durante todo el sexenio de Luis Echeverría permaneció alejado de la actividad política. En la campaña de 1976 se diversificaron los sectores con los que se reunió el candidato del PRI incluyendo a: deportistas, ganaderos, intelectuales profesionistas, gremios etc. La intención era obtener el apoyo de un mayor número de sectores sociales para convalidar su triunfo.

En cuanto al tipo de evento en el que José López Portillo pronunciaba sus discursos, el primer lugar lo ocuparon los mítines con 273. El 28.49% de los discursos fueron pronunciados en reuniones con sectores abiertos, el segundo fueron las reuniones ante grupos y lugares más pequeños y en algunos casos cerrados, el tercer lugar lo tuvieron las asambleas, que eran espacios de discusión sobre temas previamente seleccionados.

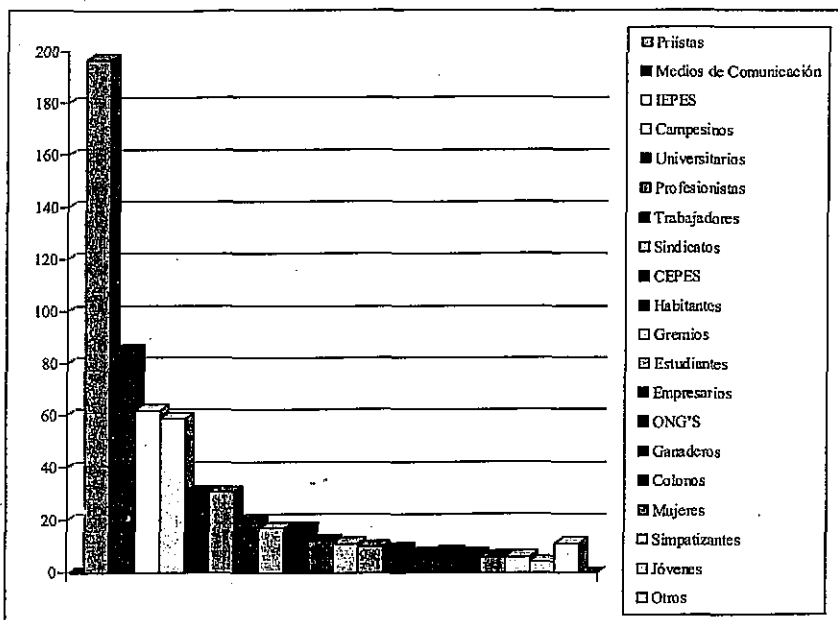
Durante la campaña de 1982 se pudieron observar cambios; Miguel de la Madrid trataba de que sus discursos respondieran a los problemas de los sectores sociales que

durante el proceso electoral se mostraban muy activos, así se entrevistó con los siguientes sectores:

Sectores con los que se Entrevistó Miguel de la Madrid 1982

Sector Social	Número de Discursos	Porcentaje ²⁰¹
Priistas	197	35.43%
Medios de Comunicación	85	15.28%
IEPES	62	11.15%
Campesinos	59	10.61%
Universitarios	31	5.57%
Profesionistas	31	5.57%
Trabajadores	19	3.41%
Sindicatos	17	3.05%
CEPES	17	3.05%
Habitantes	12	2.15%
Gremios	11	1.97%
Estudiantes	10	1.79%
Empresarios	9	1.61%
ONG'S	7	1.25%
Ganaderos	8	1.43%
Colonos	7	1.25%
Mujeres	6	1.07%
Simpatizantes	6	1.07%
Jóvenes	4	0.71%
Otros	11	1.97%

²⁰¹ El porcentaje se obtuvo considerando como el 100%, únicamente los 556 discursos que tienen esta información.



El primer sector al que Miguel de la Madrid dirigió sus discursos fueron los miembros de su partido. A los 197 discursos con los priistas debemos sumar los 62 ante el IEPES y los 17 del CEPES, es decir 276 discursos, el 26.11% fueron pronunciados ante miembros del Partido Revolucionario Institucional. En el momento en que iniciaba la liberalización política el segundo sector en importancia, aunque muy por debajo de los discursos pronunciados ante los priistas, fueron los discursos ante los medios de comunicación con 85, el 15.28%. Esto se explica por la posibilidad que brindan de llegar a toda la población por medio de notas informativas.

Una diferencia con respecto a los discursos de 1970-1976 fue la importancia que tuvieron los campesinos como interlocutores, el sitio de los jóvenes fue ocupado por los campesinos. Este cambio se debió a un problema de legitimidad, los sucesos de 1968 obligaban a los candidatos a mostrarse como cercanos a los jóvenes, en 1982 el candidato

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

se mostraba sensible hacia el sector más golpeado con las reformas económicas: los campesinos. No obstante, en 1982, Miguel de la Madrid siguió dando importancia a la juventud. A los 31 discursos con universitarios debemos sumar los cuatro ante jóvenes y diez ante estudiantes, para un total de 45 discursos pronunciados ante los sectores que estrenaban su ciudadanía y que podían depositar su voto a favor del PRI.

Miguel de la Madrid sostuvo encuentros con sectores con los que otros candidatos del PRI no lo habían hecho. Tuvo 24 reuniones con miembros del magisterio nacional, 9 con empresarios, 8 con ganaderos, 31 con profesionistas; la disputa electoral propició reuniones con una mayor diversidad de sectores sociales. Esta segmentación de los auditorios permitía que el candidato del PRI pronunciara discursos que buscaban responder a las expectativas de la población para que votaran en su favor. Miguel de la Madrid tuvo tres discursos distintos: uno para los priístas, otro para toda la población difundido a través de los medios de comunicación y un último dirigido al grupo de interés con el que se reunía.

El tipo de evento en el que Miguel de la Madrid pronunció más discursos fue en reuniones con el 15.48%. Eran actos en locales cerrados en los que el candidato se reunía con un grupo de personas muy bien identificadas a las que buscaba responder sus demandas. El segundo lugar lo ocuparon los actos populares con el 10.28%. Eran eventos realizados en lugares abiertos y podían asistir todos los interesados. En ellos el candidato pronunciaba discursos generales, porque buscaba despertar las expectativas del mayor número posible de ciudadanos.

El cambio en los discursos y las campañas de 1970-1982 es fundamental para comprender las campañas políticas como las conocemos hoy. A pesar de la falta de competencia electoral, se pronunciaron mucho más discurso, no para disputar los resultados sino para ganar legitimidad. Las diferencias entre las campañas de este momento se explican por la necesidad de legitimidad; los candidatos adaptaban sus discursos y los sectores con los que se entrevistaban con el fin de obtener confianza, creencia y consenso social.

Los resultados electorales que obtuvieron los candidatos de 1970-1982 fueron: Luis Echeverría en 1970 fue electo con 11,708,065 votos, el 84.14% de votos; José López Portillo obtuvo 15,437,795 votos, el 91%. En 1982 Miguel de la Madrid obtuvo 74% de votos, mientras que el candidato opositor que se encontró más cerca fue el del Partido Acción Nacional, Pablo Emilio Madero, con 16.41% de votos, quien a pesar de obtener un alto porcentaje de votos no puso en peligro el triunfo del PRI y del régimen.

Como puede observarse, por los resultados, el triunfo de los candidatos del PRI no estaba en riesgo, a pesar de esto se vieron obligados a pronunciar un mayor número de discursos, las razones para este aumento fueron: el conflicto estudiantil de 1968, la crisis económica de 1976, la devaluación, las negociaciones con el Fondo Monetario Internacional, la centralización del poder, la formación y crecimiento de la guerrilla urbana, los conflictos.

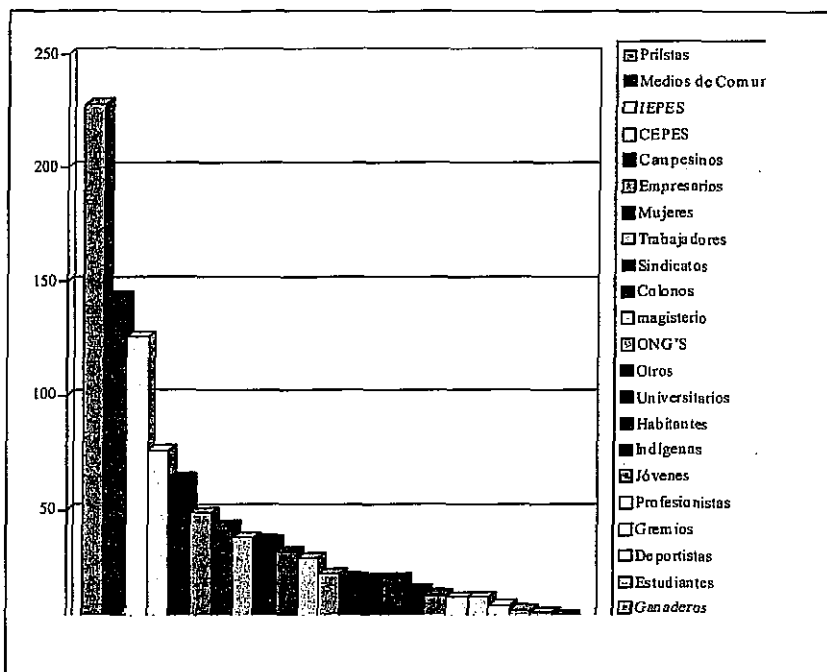
El principal cambio que se vivió en el cuarto momento se reflejó en los sectores con los que se reunían los candidatos. La disputa electoral les imponía la necesidad de buscar los votos y lo hacían reuniéndose con una mayor variedad de grupos sociales. En contraste

con las campañas donde no se decía con que grupos se reunían los candidatos de 1988 a 1994 este dato fue muy importante: de 1215 discursos pronunciados solamente en 167 no sabemos con que sectores se reunieron. En una tabla de los sectores con los que se reunieron los dos candidatos se encontró:

Sectores con los que se Entrevistaron los Candidatos 1988-1994

Sector Social	Número de Discursos	Porcentaje²⁰²
Priistas	228	21.75%
Medios de Comunicación	144	13.74%
IEPES	126	12.02%
CEPES	76	7.25%
Campesinos	64	6.10%
Empresarios	49	4.67%
Mujeres	43	4.10%
Trabajadores	38	3.62%
Sindicatos	37	3.53%
Colonos	32	3.05%
magisterio	29	2.76%
ONG'S	22	2.09%
Otros	21	2.00%
Universitarios	20	1.90%
Habitantes	20	1.90%
Indígenas	15	1.43%
Jóvenes	13	1.24%
Profesionistas	12	1.14%
Gremios	12	1.14%
Deportistas	8	0.76%
Estudiantes	6	0.57%
Ganaderos	5	0.47%
Intelectuales	3	0.28%

²⁰² El porcentaje se obtuvo considerando como el 100% los 1048 discursos que tienen esta información.



En este lapso se realizó un proselitismo muy intenso al interior del partido. Los cambios en la conducción política y económica, la renovación generacional que representaron los nuevos candidatos y la ruptura del Partido Revolucionario Institucional en 1988, impulsaron a los candidatos a pronunciar 228 discursos ante miembros del PRI, cantidad a la que deben sumarse los 126 discursos pronunciados en eventos del IEPES y los 76 ante el CEPES, lo que nos da un total de 430, el 41.03% de los discursos.

Los candidatos de 1988-1994 enfrentaban la competencia por los votos, sin embargo, pronunciaron el 41% de sus discursos ante los miembros de su partido, con militantes activos o con simpatizantes; en la estrategia política de los candidatos priístas tenía casi la misma importancia restablecer los vínculos con su partido que lograr los votos

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

del total de la población. Prácticamente la mitad de sus discursos tenían la intención de convencer a los priístas de votar por el candidato del PRI.

Los discursos de campaña electoral de 1988 a 1994 fueron de tres tipos: los pronunciados ante los militantes del PRI, éstos tenían el objetivo de consolidar al partido y convocar al trabajo de los militantes; el segundo eran los discursos para toda la población, mensajes que se hacían llegar a través de los medios de comunicación. En este lapso los medios de comunicación se consolidaron como un factor estratégico que posibilitaba la comunicación con los sectores abiertos, con aquellos ciudadanos que no tenían filiación política definida y que son los susceptibles de depositar su voto a favor de cualquier opción política que les resulte atractiva, por esta razón los discursos ante y para los medios de comunicación ocuparon el segundo lugar en importancia.

Un tercer discurso fue el que se dirigía a sectores específicos de la sociedad con problemáticas e intereses comunes. Cuando los candidatos se reunían con estos grupos que podían ser de campesinos, obreros, mujeres, etc. buscaban responder a sus demandas. El número de reuniones con estos grupos estaba determinado por su fuerza, por el nivel de su inconformidad o por el número de votos que pudieran aportar, por ejemplo, los candidatos pronunciaron el 6.10% de sus discursos ante los campesinos inconformes con las reformas económicas que deterioraron sus niveles de vida y que los hacían susceptibles de votar por los partidos de oposición.

En cuanto al evento favorito de los candidatos encontramos que realizaron 227 reuniones, el 18.68% de sus eventos. Los candidatos preferían los actos pequeños, o cuando menos no masivos; las necesidades de la competencia les imponía llegar a públicos muy

amplios, pero esta relación la buscaron a través de los medios de comunicación y no con mítines. Los candidatos preferían presentarse en reuniones relativamente controladas.

Por la necesidad de capturar votantes los candidatos buscaron tener contacto directo con la población, a través de lo que denominaron como “diálogos”, organizados en algún local, colonia, parque o a través de los medios de comunicación, en los que un grupo de ciudadanos expresaban sus preocupaciones, dudas y problemas. Después de sus intervenciones, el candidato daba una respuesta o hacia algún comentario, cerrando el diálogo con un pequeño discurso. De estos eventos se realizaron 168, el 13.82% de los discursos de campaña de 1988 a 1994 fueron pronunciados en estos eventos.

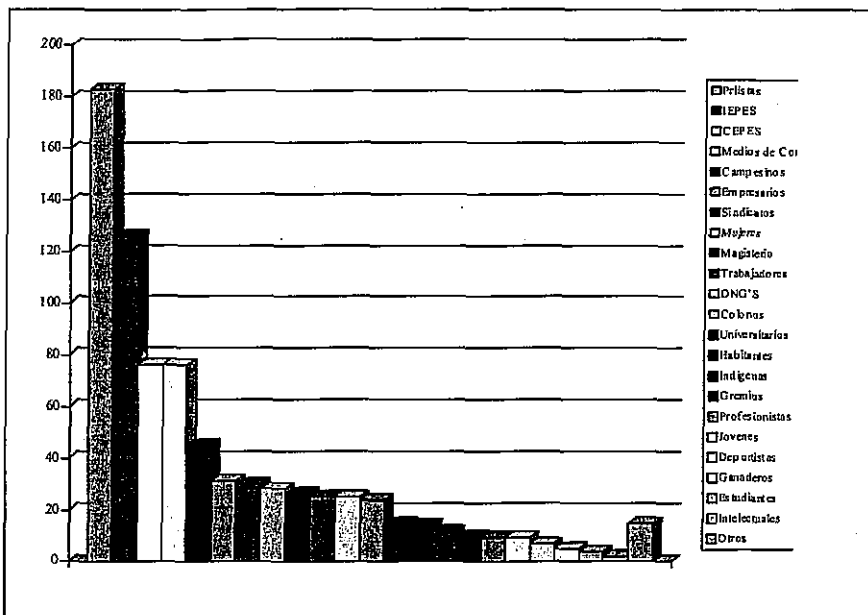
En plena competencia electoral, los mítines se ubicaron muy por debajo de las 227 reuniones, con sólo 14 ocasiones. El 1.15% de los discursos fueron pronunciados en lugares abiertos, ante todos los interesados y no ante grupos previamente designados, a pesar de la necesidad de legitimarse con la votación, lo que necesariamente supone persuadir a los electores de los beneficios de votar por una determinada opción política. Los candidatos del PRI no realizaron un número importante de mítines.

Los cambios de 1988-1994 con respecto a los momentos anteriores: 1920-1934, 1940-1964 y 1970-1976, se reflejaron sobre todo en los lugares y sectores en que los candidatos pronunciaban sus discursos. La necesidad de capturar votantes en 1988 y en 1994 obligaba a los candidatos del PRI a modificar los sectores sociales con los que se entrevistaban. Carlos Salinas de Gortari se reunió con los siguientes:

Sectores con los que se Entrevistó Carlos Salinas de Gortari 1988

Sector Social	Número de Discursos	Porcentaje²⁰³
Priistas	183	32.91%
IEPES	126	15.84%
CEPES	76	9.55%
Medios de Comunicación	76	9.55%
Campesinos	45	5.66%
Empresarios	31	3.89%
Sindicatos	30	3.77%
Mujeres	28	3.52%
Magisterio	26	3.27%
Trabajadores	25	3.14%
ONG'S	25	3.14%
Colonos	24	3.01%
Universitarios	15	1.88%
Habitantes	14	1.76%
Indígenas	12	1.50%
Gremios	10	1.25%
Profesionistas	9	1.61%
Jóvenes	9	1.61%
Deportistas	7	0.88%
Ganaderos	5	0.62%
Estudiantes	4	0.50%
Intelectuales	2	0.25%
Otros	15	3.39%

²⁰³ El porcentaje considera como el 100%, los 795 discursos que tenían esta información.



En 1988 durante un proceso electoral competido, Carlos Salinas de Gortari presentó ante los priistas 183 discursos, a los que debemos sumar los 126 pronunciados ante el IEPES y los 76 ante el CEPES. En un contexto de competencia electoral, el del PRI buscó su triunfo demostrando que era el mejor. Se reunía con especialistas en los problemas nacionales y pronunciaba discursos que demostraban su interés y dominio del tema, con el fin de convencer al electorado de que él era el único candidato capaz de resolver los problemas de México.

El total de los discursos pronunciados ante priistas fueron 385, el 48.42% prácticamente la mitad de sus esfuerzos de campaña se concentraron en la estructura partidaria, en 1988 el PRI y su candidato prefirieron las reuniones con los miembros de su partido. Los datos también son un parámetro del enorme riesgo de división del partido.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Podemos aventurar la afirmación de que Carlos Salinas de Gortari consideraba que la clave para el triunfo electoral era la unión y el buen funcionamiento de la estructura partidista.

El segundo sector en importancia fueron los medios de comunicación con 76 discursos. El 9.55% fue dirigido a los medios masivos de información, un porcentaje muy bajo en comparación con los discursos para los priistas. El tercer sector con el que se entrevistó Carlos Salinas de Gortari fue el de los campesinos con 45 discursos y en cuarto lugar estuvieron los empresarios con 31 discursos, el 3.89%. En la campaña de 1988 el candidato se reunió, en numerosas ocasiones, con sectores que anteriormente no tenían un papel tan importante: empresarios y campesinos.

En la campaña de 1988 el régimen, el partido y su candidato no supieron adaptarse a las nuevas condiciones, se resistieron al cambio y recurrieron a las viejas estructuras y tradiciones del partido para garantizar su triunfo. El principal objetivo de la campaña fue fortalecer y unir al partido. Salinas de Gortari buscaba ser un candidato legítimo ante los miembros del PRI, una vez logrado, entonces competirían por los votos de los ciudadanos.

El evento en el que más discursos pronunció Carlos Salinas de Gortari fueron las reuniones con 223, el 24.01%. Eran actos poco numerosos en los que había afinidad con el auditorio y que preferentemente eran organizados por el IEPES y el CEPES. El segundo evento de su preferencia fueron los diálogos con 153, el 16.88%. El partido al sentir sus bases de apoyo debilitadas recurrió a organizar actos de adhesión que consistían en que un grupo o sector social expresara públicamente su apoyo a la candidatura. El candidato les respondía con un discurso adecuado. De estos actos sostuvieron 81, el 8.94%.

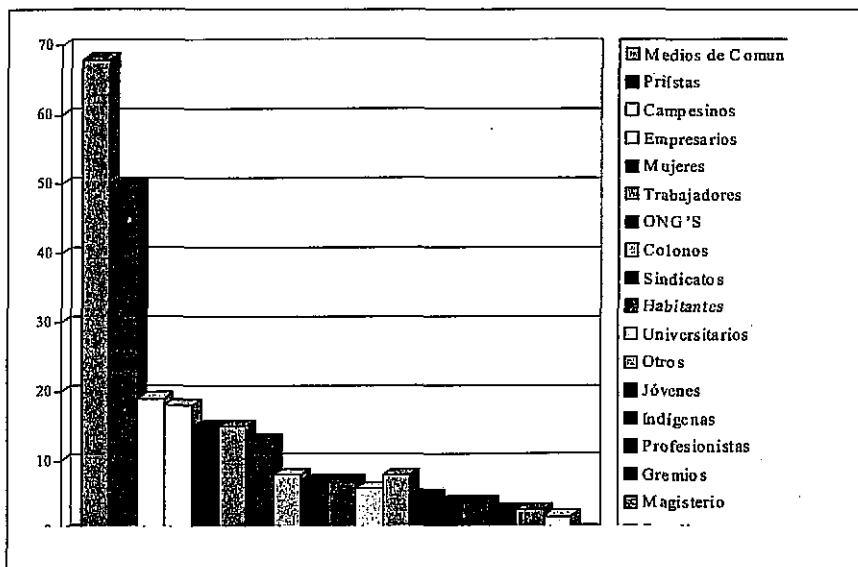
En contraste con la intensa competencia política Salinas de Gortari solamente tuvo 13 mítines con los que pretendía llegar al mayor número de electores. El evento que nos permite observar la importancia de la competencia en la elección de 1988 fueron las tomas de protesta. El candidato del PRI tomó protesta a los promotores del voto en 31 ocasiones.

En 1994 las campañas y el entorno social en el que fueron pronunciados los discursos se modificaron. Los sectores con los que se reunió Ernesto Zedillo candidato del PRI fueron:

Sectores con los que se Entrevisto Ernesto Zedillo 1994

Sector Social	Número de Discursos	Porcentaje ²⁰⁴
Medios de Comunicación	68	22.00%
Priistas	50	16.18%
Campesinos	19	6.14%
Empresarios	18	5.82%
Mujeres	15	4.85%
Trabajadores	15	4.85%
ONG'S	13	4.20%
Colonos	8	2.58%
Sindicatos	7	2.26%
Habitantes	7	2.26%
Universitarios	6	1.94%
Otros	8	2.58%
Jóvenes	5	1.01%
Indígenas	4	1.29%
Profesionistas	4	1.29%
Gremios	3	0.97%
Magisterio	3	0.94%
Estudiantes	2	0.64%

²⁰⁴ Esta tabla considera los discursos pronunciados por Ernesto Zedillo Ponce de León.



La campaña del PRI en 1994 fue la primera adaptada para la competencia electoral. En ese año el partido y su candidato asumieron la competencia y adaptaron sus discursos a esta realidad. Por primera vez, desde las mesas redondas de Miguel Alemán, desaparecieron los eventos organizados por el IEPES y el CEPES. Ernesto Zedillo asumió que su legitimidad no dependía de demostrar eficacia en el ejercicio de gobierno, sino de obtener el mayor número de votos.

En el proceso electoral de 1994, por la competitividad electoral, los medios de comunicación se convirtieron en un actor central de la disputa política. Fueron el sector con el que más reuniones sostuvo Ernesto Zedillo, pronunciando ante ellos el 22% de sus discursos. El segundo sector fueron los miembros de su partido con el 16.18% de los

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

discursos, aunque el porcentaje no es tan elevado, como el 48% de Carlos Salinas de Gortari. Para Ernesto Zedillo en la elección de 1994 fue tan clara la disputa por los votos, que los 68 discursos pronunciados ante los medios de comunicación, por primera vez, superaron los 50 presentados ante el PRI.

En 1994 la necesidad de competir y el hecho de que el Partido Revolucionario Institucional se encontraba fortalecido, permitió a su candidato el concentrar sus reuniones con los sectores de la población que no estaban convencidos de votar por el partido. El candidato del PRI hizo una campaña política que realmente buscaba votos. La liberalización y la participación ciudadana, impulsaron a Ernesto Zedillo a ubicar dentro de los diez principales sectores con los que se reunió, a los organismos no gubernamentales, dedicándoles el 4.20% de sus discursos. Estas reuniones fueron muy interesantes porque las ONG'S son grupos activos informados, que demandan respuestas a sus exigencias. El candidato estaba obligado a presentar un discurso que mostrara conocimiento de los problemas y que planteara posibles soluciones.

Los cambios en la conducción económica del país, hicieron posible que en 1994 los empresarios tuvieron, un papel importante que los llevó a ocupar el cuarto lugar con 18 discursos, el 5.82%; un porcentaje muy alto, sobre todo comparado con los discursos pronunciados con sectores más tradicionales y representativos, por ejemplo, los trabajadores con 15, los campesinos con 19, o los 6 discursos ante universitarios. El papel de los empresarios fue muy importante; en la campaña de 1994 realizaron las actividades que en 1988 hizo el magisterio: organizaron brigadas de promoción del voto y realizaron colectas de fondos para la campaña.

En los discursos de la campaña de 1994 las reuniones con los militantes perdieron importancia y Ernesto Zedillo se reunió con los sectores que podían proporcionarles votos. Esta intención de competir por los votos hizo de las entrevistas con los medios de comunicación, el acto preferido del candidato con el 19.74% de sus discursos pronunciados en estos eventos; en segundo lugar se encontraron los actos partidistas con el 16.50%. Estas características tuvieron su origen en la necesidad de obtener votos.

La competencia y la participación de la oposición en condiciones de disputar los resultados alentaron a que los candidatos del PRI de 1988-1994 cambiaran el contenido de sus discursos. Las características de las campañas de 1970-1982 se conservaron, los cambios se hicieron en los contenidos de los discursos que buscaban presentar ofertas atractivas a los electores. En cuanto a los sectores, el cambio más notable fue la importancia que adquirieron los medios de comunicación como interlocutores de los candidatos.

Las características de los discursos electorales en México están determinadas por la estructura del sistema de partidos, la cultura cívica de los votantes, la capacidad de movilización y competencia que tenga la oposición y por la legislación electoral. La votación que obtuvieron los candidatos de 1988 a 1994 fue: Carlos Salinas de Gortari, obtuvo 9,687.926 votos, el 50.74%; el candidato del Frente Democrático Nacional Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano obtuvo 5,929.585 votos, el 31.06% y el candidato del Partido Acción Nacional Manuel J. Clouthier del Rincón tuvo 3,208.584 votos el 16.81%²⁰⁵. Estos resultados obligaron al régimen a dos cosas: a continuar con la

²⁰⁵ Carlos Martínez Assad, *Op. cit.*, p. 30

liberalización electoral en búsqueda de legitimidad y a negociar reformas con la oposición por la importancia que adquirió.

El candidato del PRI en la elección de 1994 obtuvo 17,181,651 votos, el 50.13% frente a su competidor más cercano, el candidato del Partido Acción Nacional quien obtuvo 9,146,841 votos, el 26.69%; el otro partido político que obtuvo un porcentaje de votación considerable fue el Partido de la Revolución Democrática con 5,852,134 votos, el 17.07%²⁰⁶.

Cuando el régimen era autoritario y la oposición no era fuerte, las necesidades internas e internacionales no exigían cumplir con las normas mínimas de un régimen democrático, los resultados de las acciones de gobierno eran aceptables, el factor esperanza permanecía latente, la legitimidad emanaba de la lucha revolucionaria y sobre todo de los éxitos de las administraciones anteriores; no era necesario hacer campaña electoral. Existía *pero su función no era la búsqueda de votos. Era básicamente un rito para que ciudadanos y actores políticos conocieran al elegido.*

Cada candidato iba a las ciudades o estados importantes del país, se entrevistaba con los sectores socialmente influyentes, más que en una acción de buscar votos, en una acción *de presentar al elegido por el Ejecutivo en turno. El candidato iba con la intención de ser conocido y tejer alianzas a lo largo y ancho del país, alianzas que le permitirían gobernar.*

Las campañas electorales, de 1920 a 1964 tuvieron la función de permitirle al futuro presidente conocer al país a los grupos y sectores, a la estructura partidista; eran el *instrumento que permitía que tendiera redes con todos ellos. Por esta función que*

desempeñaban, no era necesario que los candidatos realizaran una campaña política intensa, era suficiente que visitaran las capitales de cada estado, o incluso era suficiente que se limitaran a visitar aquellos estados en los que había problemas políticos. Las campañas y los discursos se hicieron para que los candidatos conocieran el territorio y su población, de este modo lentamente fue tomando forma el rito sexenal que servía para reactivar las lealtades, consensos, simpatías y fe por el presidente y su sucesor.

Los contenidos y las características de las campañas y discursos de los candidatos del PRI se modificaron cada vez que el régimen vivía una crisis de legitimidad. De 1988 a 1994 los candidatos priistas buscaron su legitimidad en la competencia electoral y en función de esta necesidad modificaron sus discursos. Sin embargo, los votos dependen de múltiples factores y no únicamente de la labor de convencimiento que los candidatos hagan con sus discursos. Los resultados dependen de la adhesión y creencia popular hacia el régimen, de los éxitos administrativos, de la competencia electoral, factores todos prediseñados y pertenecientes a otros ámbitos y no a la arena electoral.

En los últimos años parece que la apuesta del sistema de partidos y del régimen político en general, es lograr el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación de una manera equitativa. Se considera que es el modo de arribar y consolidar el proceso democrático. El resultado ha sido otro: las quejas sobre el nivel del debate político se incrementan y la participación informada de los ciudadanos no se ha

²⁰⁶ Instituto Federal Electoral, *Estadísticas de las elecciones federales de 1994*, Compendio de Resultados, México, IFE, p. 1343

elevado²⁰⁷ Lo que es más importante, las posibilidades de participación y control ciudadano son *inexistentes*.

²⁰⁷ Hablamos de un contexto general y no de las minorías activas que actualmente se manifiestan en la proliferación de Organismos No Gubernamentales. El aumento de la información política, no parece reflejarse en una reflexión más profunda de los problemas y complejidades nacionales.

Conclusiones.

Los discursos electorales en el México post-revolucionario han tenido un papel fundamental. Sus funciones han estado determinadas por las condiciones de competitividad del régimen. En los momentos en que estaba en construcción el régimen y el poder no era centralizado los candidatos podían disputar sobre quién sería el candidato a presidente, como ocurrió en las campañas electorales de 1920-1928. En estos caso la función de las campaña y los discursos electorales fue la de participar en la disputa por los votos.

A partir de 1929 y hasta la elección de 1976 cuando el poder estaba concentrado en manos del ejecutivo, los discursos y las campañas electorales de los candidatos oficiales fueron uno de los mecanismos que permitían lograr los consensos necesarios para su gobierno, a pesar de ser de candidatos desconocidos, con poco arraigo entre la población o de los malos resultados administrativos de sus antecesores. Para el régimen autoritario los discursos electorales tenían la función vital de dar a conocer a los candidatos y de reactivar las expectativas de que ese candidato sí cumpliría con lo esperado por la población; eran un acto de fe y esperanza.

Los candidatos del Partido oficial de la revolución tenían garantizado el triunfo. A pesar de esto, se comprometían a brindar una atención privilegiada a las necesidades sociales, queremos suponer que por convicción, pero además, porque buscaban generar la expectativa de que el régimen revolucionario resolvería sus problemas. Cada seis años esta maquinaria se ponía en movimiento para responder y adaptarse a las demandas ciudadanas.

Los candidatos de 1920-1964 hacían campañas y pronunciaban discursos electorales no para competir por los votos, su función era igualmente importante; obtener acuerdos con los grupos sociales de poder nacionales y regionales y promover el apoyo y la confianza de los ciudadanos hacia los candidatos oficiales.

Los discursos y las campañas electorales han cumplido diferentes funciones determinadas por las características del régimen político. De 1970 a 1982 cuando el autoritarismo llegó a su límite, las funciones que habían cumplido hasta 1964 debieron cambiarse para responder a la falta de legitimidad de los candidatos del PRI, originada en la falta de competitividad y en que las manifestaciones de inconformidad se expresaban en movimientos clandestinos.

Con este contexto político y social, Luis Echeverría Álvarez, José López Portillo y Miguel de la Madrid como candidatos del PRI y a pesar de la falta de competencia electoral, hacían campañas electorales y pronunciaban discursos con el fin de legitimarse y reactivar los lazos de comunicación con los ciudadanos. No había competencia, pero realizaban campaña con el fin de dar legitimidad a su próximo gobierno.

A partir de 1988 con la competencia electoral, las funciones de las campañas y los discursos electorales se modificaron. Los discursos se pronunciaron para competir por los votos con los otros partidos y obtener la preferencia de la mayoría. Las formas de los discursos no sufrieron modificaciones notables, los que sufrieron cambios fueron los sectores sociales ante los que los candidatos pronunciaban sus discursos y los lugares que visitaban.

El efecto de la competencia electoral fue que los candidatos del PRI dieron cada vez una mayor importancia a los medios de comunicación y visitaron sobre todo los centros urbanos. Estos cambios fueron reflejo de una transformación más profunda: la función de las campañas y los discursos electorales se modificaron, se hicieron para competir por los votos. De la votación y triunfo dependía la legitimidad de los candidatos. Ese fue el cambio fundamental. La necesidad de atraer votos se reflejó en el hecho de que los candidatos pretendían ser vistos y oídos por todos los votantes.

Las campañas y los discursos electorales de los candidatos electos han tenido distintas funciones determinadas por las condiciones de competitividad del régimen. Cuando no era competitivo y los resultados estaban garantizados, los discursos de los candidatos tenían como tarea fundamental dar a conocer y despertar la simpatía de los ciudadanos por el candidato del partido oficial, mientras que su función fundamental en los tiempos de la competitividad fue la de buscar los votos de los electores.

Las funciones que históricamente han cumplido los discursos de campaña electoral han estado configuradas por las propias características del régimen y por la influencia que éste tiene en la determinación de las "reglas del juego", es decir, por su influencia en la definición y en el contenido de la legislación electoral.

La posibilidad de que las campañas y los discursos electorales cumplieran con las funciones que el régimen les asignaba, era garantizada con la ley electoral y con las reformas previas a cada elección. Con este diseño las funciones de los discursos eran formalizadas. Los contenidos de la legislación electoral correspondieron a las características del régimen. Con ella siempre se trató de favorecer a un partido, de

institucionalizar la inequidad en las condiciones de competencia, de mantener lo cerrado y poco competitivo del régimen, reproduciendo y garantizando la persistencia de éste en cada elección.

La liberalización política que se vivió a mitades de los años setenta fue producto de las necesidades de un régimen agotado, que necesitaba encontrar nuevas fuentes de legitimidad. La falta de legitimidad que desgastaba y erosionaba las estructuras de poder tradicional y ponían en peligro la permanencia del régimen, obligó a conceder una liberalización electoral que no fue producto de la fuerza de los partidos políticos opositores, sino producto de la imperiosa necesidad de legitimar a los candidatos triunfantes del Partido Revolucionario Institucional.

Nuevamente se recurrió a las reformas electorales, lo que no significó un gran riesgo: el sistema estaba consolidado y era suficientemente fuerte como para mantener su hegemonía, a pesar de liberalizar el sistema electoral, con el fin de alentar una cierta participación de la oposición.

La fortaleza y la posibilidad que tenía el régimen de hacer leyes que garantizaran la obtención de estos objetivos mediante el predominio del ejecutivo y su mayoría en el Congreso de la Unión, posibilitaba la constante reformulación de la legislación electoral a fin de mantener el control sobre las campañas electorales y sus resultados. De 1920 a 1988 la legislación electoral fue adaptándose a las necesidades que el régimen necesitaba cubrir. Las campañas y los discursos eran manejados desde la legislación y desde la ley se sentaban las bases para limitar la participación o alentarla hasta al nivel que era necesario para el régimen.

Las cosas se modificaron a partir de la elección de 1988. El proceso de liberalización, las condiciones sociales, las recurrentes crisis económica, el cambio en el modelo económico y la corriente democrática que se desprendió del PRI, fueron sucesos para los que la legislación electoral no estaba pensada. Por primera vez, los hechos se adelantaron al régimen y éste no tuvo la capacidad ni la posibilidad de controlar este crecimiento.

A partir de ese momento, lo que se vivió en el régimen político fue una constante liberalización pactada con los partidos de oposición que tenía como fin legitimar los triunfos del PRI en aparentes condiciones de competencia electoral. La legislación electoral del año 1996 ha logrado un perfeccionamiento en cuanto a la limpieza, transparencia y legalidad en el funcionamiento, armado y estructura electoral, y cada vez más los ciudadanos podemos tener certezas en torno a la validez de nuestros votos, lo que hace necesario desentrañar y revisar múltiples aspectos que forman parte de la red que permitió que el PRI mantuviera su hegemonía por 70 años.

Es urgente revisar estas estructuras si es que esperamos que en algún momento las elecciones cumplan con su función original que es permitir que los ciudadanos elijan entre diversos programas de gobierno. Se debe fomentar la cultura cívica de los ciudadanos, alentar la responsabilidad entre los partidos participantes en la elección, regular los medios por los que transmiten sus mensajes, a través de los cuales la mayoría de los ciudadanos entran en contacto con los candidatos y evalúan entre distintas opciones. Es urgente legislar y regular las acciones de los medios de comunicación.

Ante este cambio en las funciones de las campañas y discursos, en el que los partidos y candidatos trataban de adaptarse a las nuevas circunstancias de competitividad y participación electoral equitativa, debemos plantearnos la urgencia de realizar reformas en las leyes sobre los medios de comunicación, mecanismo por el cual los ciudadanos pueden conocer a sus candidatos, conocimiento que se entorpece si los medios de comunicación no funcionan de manera adecuada.

Es necesario comprender que la legislación electoral fue un instrumento que garantizaba el predominio del PRI y que era manejada y reformada de acuerdo a los intereses y objetivos del régimen. El lento proceso con el cual los candidatos triunfadores participan en un proceso electoral competitivo es muy reciente y las condiciones que garantizaban su predominio, pese a las constantes reformas electorales, todavía no han sido modificadas. Algunas de estas condiciones como la cultura política de los ciudadanos y de los partidos se modifican en el largo plazo, pero existen otros que pueden ser corregidas con reformas legales.

Esta revisión debe iniciarse verificando la función de los medios de comunicación, en tanto medios sociales de interés público, cuyo contenido debe ser normado sobre todo en lo que se refiere a la imparcialidad y objetividad en el manejo de la información. Actualmente los cuasi monopolios de comunicación, sobre todo en la televisión, permiten un manejo sumamente perverso de la información, cuya tendencia no es imparcial.

La disputa electoral dificulta que los candidatos presenten un plan de gobierno, una plataforma y se manifiesten a favor de una forma de desarrollo y política nacional. La competitividad propicia que el único interés de los candidatos sea atraer votos. Nos

atrevernos a especular que esto ocurre en todos los países en que el proceso de liberalización y democratización se encuentra en desarrollo; es una característica de la democracia actual.

ANEXO

Al iniciar esta investigación pretendíamos investigar hasta la campaña electoral de 1994, sin embargo, por la importancia y los resultados de esta elección, en la que resultó electo Vicente Fox Quezada postulado por la Alianza por el Cambio formada por el Partido Acción Nacional y el Partido Verde Ecologista de México, hemos decidido incluir un anexo en donde analizaremos los discursos pronunciados por este candidato.

La investigación de la campaña electoral de la Alianza por el Cambio se encontró con el obstáculo del acceso a las fuentes de información. Para la consulta de los discursos de Vicente Fox investigamos en el Partido Acción Nacional, en el Partido Verde Ecologista de México, en la Alianza por el Cambio y en la Presidencia de la República, desafortunadamente únicamente pudimos obtener 49 discursos, que son una selección que el partido conserva y no una muestra representativa de lo ocurrido durante la campaña electoral del 2000.

Comparando los discursos de Vicente Fox analizados, con los discursos pronunciados por los candidatos del PRI, equivaldrían a los discursos de 10 punto de Ernesto Zedillo pronunciados durante la campaña de 1994, o bien a los discursos que Salinas de Gortari pronunció ante el CEPES y el IEPES en la elección de 1988.

Estos discursos únicamente nos permiten conocer una parte de los contenidos, dejando fuera a los discursos pronunciados en los medios de comunicación y ante auditorios masivos, que tienen un mayor contenido retórico. Por ejemplo, el discurso de Vicente Fox pronunciado en Guadalajara ante estudiantes del Tecnológico de Monterrey,

en donde calificó a Francisco Labastida Ochoa candidato del PRI, como “un *mariqueta* que se esconde en sus *jilgueros* y *achichincles* para atacar a su familia”²⁰⁸ La imposibilidad de consultar este material en fuentes originales no es un problema menor, porque estos contenidos fueron los que caracterizaron a los discursos de la campaña del 2000.

Otra consecuencia de la falta de material fue la dificultad para el análisis de los cambios y rupturas ocurridos en los discursos de la campaña electoral del 2000, que fueron desde la confrontación verbal que el candidato del PAN buscó con los otros contendientes, hasta el uso desenfadado del vocabulario, el frecuente uso de términos coloquiales, la desacralización del lenguaje político y la franca reducción de las ideas políticas emblemáticamente representado en el lema de campaña ¡YA!.

Sin dudar del impacto y la importancia de las propuestas del candidato de la Alianza por el Cambio, lo que generó una mayor simpatía entre el electorado fue la utilización de un lenguaje que les resultaba familiar, con modismos, con dosis de agresividad y manejo de conceptos como la valentía. Por su papel definitivo e influencia en los resultados de la elección, es que resultaba fundamental acceder a este material.

Un problema adicional fue que el Partido Acción Nacional tiene su propia concepción de las funciones e importancia de las campañas electorales y una forma distinta de organización. El material para consulta pública es totalmente distinto del material de los anteriores candidatos los discursos de Vicente Fox no registran fecha, lugar, sector ante el que fueron pronunciados, ni tipo de evento en los que se pronunciaron los discursos. Estas características nos impidieron construir indicadores.

²⁰⁸ La Jornada, 25 de febrero del 2000

Ante las limitaciones de tiempo que nos impiden construir un nuevo marco de análisis para el caso exclusivo de los discursos de Vicente Fox, tarea que nos proponemos realizar con posterioridad, hemos decidido trabajar con la información mínima que nos fue proporcionada por el partido, centrándonos en los contenidos y estableciendo los puntos en los que estos contenidos suponen un *continuum* y los puntos en que estos contenidos se diferencian claramente de los discursos pronunciados por los candidatos del Partido Revolucionario Institucional.

Por las razones ampliamente expuestas, este anexo debe ser considerado como una aproximación inicial e incompleta a las características de los discursos de Vicente Fox candidato que resultó electo en la elección del 2000.

a) Características de las campañas electorales 2000

La campaña electoral de Vicente Fox se realizó en un contexto de cambios políticos acelerados, a diferencia de las campañas electorales que se desarrollaron entre los años 1920-1994 en las que su función principal no era competir por los votos sino legitimar a los candidatos, con las campañas electorales del 2000 se buscó obtener los votos.

Los cambios políticos acelerados y las constantes reformas electorales que se vivieron en la década de los noventa dieron como resultado que al Partido Acción Nacional y al Partido de la Revolución Democrática se le reconocieran triunfos en importantes entidades del país, determinando así las nuevas características y funciones de las campañas y los discursos electorales. Como en pocas ocasiones los partidos de oposición tenían la

posibilidad de disputar los votos al Partido Revolucionario Institucional y existía el marco normativo que hacía posible el reconocimiento de ese triunfo.

La campaña electoral del candidato de la Alianza por el Cambio se vio favorecida por las reformas al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales de 1997, cuando concluyó el control que durante setenta años mantuvo el ejecutivo a través del secretario de gobernación sobre el proceso electoral, dando paso a una nueva conformación de los órganos electorales reservando el voto a los consejeros ciudadanos.

El Código de Instituciones y Procedimientos Electorales que reguló la elección del 2000 se caracterizó por reglamentar a las campañas y a los discursos en su uso de los medios de comunicación, con el objetivo de garantizar condiciones equitativas de competencia, estableciendo como obligación de los partidos políticos abstenerse de pronunciar

...p) Cualquier expresión que implique diatriba, calumnia, infamia, injuria, difamación o que denigre a los ciudadanos, a las instituciones públicas o a otros partidos políticos y sus candidatos, particularmente durante las campañas electorales y en la propaganda política que se utilice durante las mismas...²⁰⁹.

En cuanto a la regulación sobre el uso de la televisión, en el artículo 47 se hicieron precisiones acerca de este tema, fijando tiempos de transmisión. Se conservó la atribución de los partidos políticos de contratar tiempo en la radio y televisión y se buscó alentar la imparcialidad de los medios informativos al monitorear los tiempos de transmisión de las campañas electorales en los espacios de noticias.

Las características de la propaganda política y de los discursos utilizados en la elección de 1994 hicieron evidente la necesidad de legislar sobre sus contenidos. En el

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en el artículo 182-A se estableció que cada partido debe destinar el 50% de los gastos que realice para propaganda en los medios de comunicación “...en programas para la difusión de su plataforma electoral, la promoción de sus candidatos, así como para el análisis de los temas de interés nacional y su posición ante ellos”²¹⁰.

Por primera vez se trató de resolver el problema de la parcialidad de los medios de comunicación. En el artículo 186 se reconoció a partidos y candidatos el derecho de aclaración, cuando consideren que la información difundida en los medios de comunicación deforma sus actividades, atributos y mensajes. Este derecho es reconocido con independencia de las disposiciones civiles y penales.

En congruencia con el clima de competitividad y en prevención de malos manejos de los partidos políticos y medios de comunicación, sobre las encuestas electorales, en el artículo 190 se estableció que las personas que realicen encuestas o estudios de opinión “adoptarán los criterios generales de carácter científico, que para tal efecto determine el Consejo General.”²¹¹ además, deberán entregar el estudio completo al Instituto Federal Electoral.

En el tema concreto de las campañas electorales y en lo que trataba de ser una prevención de los excesos que efectivamente ocurrieron, se estableció en el artículo 182 que tanto la propaganda electoral como las actividades de campaña “deberán propiciar... la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma

²⁰⁹ IFE; Código federal de instituciones y procedimientos electorales, México, IFE, 1999,

²¹⁰ *Ibidem*, p. 161

electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.”²¹²

De esta legislación llama la atención el artículo 186 que nos obligan a preguntarnos si durante las campañas electorales del 2000, no fue violentado. “Los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos que realicen propaganda electoral a través de la radio y la televisión deberán evitar en ella cualquier ofensa, difamación o calumnia que denigre a candidatos, partidos políticos, instituciones y terceros.”²¹³, en la fracción 3 se estableció que “ los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, podrán ejercer el derecho de aclaración respecto de la información que presenten los medios de comunicación, cuando consideren que la misma ha deformado hechos o situaciones referentes a sus actividades o atributos personales.”²¹⁴

Como puede observarse, en términos de legislación electoral, la apertura y liberalización política durante el proceso electoral del 2000 llegó a su punto más alto. Con este marco jurídico se trató de establecer un campo de competencia adecuado y equilibrado para las nuevas condiciones de competitividad, pero sobre todo, se trató de alentar una actuación responsable por parte de los partidos políticos, sus candidatos y los medios de comunicación.

En cuanto a los indicadores destaca el hecho que gran parte de la campaña de Vicente Fox se desarrolló en los medios de comunicación, parte de sus actividades proselitistas consistían en asistir a programas de radio y televisión para exponer su punto de vista, al mismo tiempo, la Alianza por el Cambio y el grupo encargado del manejo de la

²¹¹ *Ibidem*, p.167

²¹² *Ibidem*, p. 161

²¹³ *Ibidem*, p.165

campaña electoral, Amigos de Fox, destinaron parte importante de sus recursos contratando tiempos en los medios de comunicación electrónica.

Con la campaña de Vicente Fox fue un hecho que los medios de comunicación se convirtieron en los actores privilegiados de los procesos electorales en México, el candidato de la Alianza por el Cambio comprendió que las elecciones se ganan con votos y que la forma de tener relación y contacto con los ciudadanos era a través de los medios, fue un invitado frecuente en los programas de noticias de los medios electrónicos, al mismo tiempo, que aprovechaba las reuniones con los sectores sociales pronunciando discursos breves y con un contenido atractivo para que fueran incluidos en los espacios de noticias. No es exagerado afirmar que en el proceso electoral del 2000 los medios de comunicación fueron los protagonistas.

b) Discurso Retórico

En la elección del 2000 la principal función de la campaña electoral fue competir por los votos, los principales cambios en los discursos, con respecto a los pronunciados en 1920-1994, se registraron en el discurso retórico.

Una de las intenciones de los discursos de Vicente Fox fue la de establecer un claro contraste entre él y los candidatos del PRI, en el que Fox era el bueno y los otros los malos, afirmaba. “terminemos con el sistema que nos ha engañado, inhibido nuestros sueños, alimentado nuestros miedos, haciéndonos creer que no podemos aspirar a otra cosa que no

sea más de lo mismo”²¹⁵. Para Vicente Fox con la elección “lo que esta en juego es elegir entre más de lo mismo o un nuevo y mejor proyecto de nación”²¹⁶.

Al exponer la necesidad de votar por él, destacaba el valor de la alternancia “sólo la alternancia estimula al gobierno a rendir buenas cuentas. La alternancia representa aire fresco y sangre nueva”²¹⁷. Su mayor éxito fue convertir la elección del 2000 en un plebiscito “el 2 de julio es un plebiscito para decidir entre la alternancia o más de lo mismo”²¹⁸, dando trato de ciudadanos a los electores “somos libres para lograr un México mejor, pero seremos responsables sino lo logramos”²¹⁹.

La diferencia esencial entre la función de los discursos de Vicente Fox y los discursos de los candidatos del PRI, fue que los de Fox tenían la clara intención de competir por los votos y lo hizo a través de dos ideas claves: primero ubicándose como el antagonista del PRI, como el candidato capaz de resolver y solucionar los errores y problemas generados por el PRI en más de 70 años; segundo, Vicente Fox convirtió en un plebiscito a la elección del 2000 reduciéndola a la pregunta ¿PRI sí, PRI no? En donde a la respuesta no, la única opción posible era Fox.

Vicente Fox centró sus discursos en contra del Partido Revolucionario Institucional, acusaba: “el desarrollo que hemos tenido con los gobiernos priístas es realmente una tragedia: hemos crecido poco; lo hemos distribuido mal; y lo hemos hecho a costa del medio ambiente”²²⁰ En ocasiones denunciaba “tan grande el engaño, que terminaron por

²¹⁵ Vicente Fox, discurso de toma de protesta

²¹⁶ *Ibidem*.

²¹⁷ Vicente Fox, en su discurso Ya es tiempo de reactivar la industria de la construcción

²¹⁸ *Ibidem*.

²¹⁹ *Ibidem*.

²²⁰ Vicente Fox, en su discurso Diez en agua

engañarse a si mismos, y hoy el candidato del PRI, el nuevo PRI, del viejo PRI, del PRI de siempre, nos ofrece más de lo mismo”²²¹.

Vicente Fox buscó ganar la confianza de los electores exponiendo su desempeño como gobernador de Guanajuato: “la Secretaría de Desarrollo Urbano dejó de ser constructor para volverse promotor y regulador... se incrementó la productividad del gasto público y se mejoró el mantenimiento de carreteras”²²².

Uno de los motivos de orgullo para los candidatos del PRI era la permanencia de su partido, Vicente Fox convirtió esto en algo negativo acusando: “las administraciones del PRI, que a lo largo de los 70 años no han sabido administrar nuestros recursos”²²³, los candidatos del PRI con frecuencia reconocían la pobreza, marginación y desigualdad, pero a diferencia de ellos, Vicente Fox sí señaló a quienes consideraba culpables, “es tiempo de llamar a cuentas al sistema... no es justo y no podemos seguir tolerando esas injusticias”²²⁴.

En una lectura opuesta a la de los candidatos del Partido Revolucionario Institucional mencionaba: “Si en 1929 alguien hubiera pronosticado el México que encontraríamos al iniciar el siglo XXI...los resultados no fueron causado por un fenómeno natural... no es con la conducción del PRI como podemos asegurar la inserción exitosa de México en las naciones desarrolladas”²²⁵.

Si para los candidatos que resultaron triunfadores de 1920 a 1994 la historia era una continua evolución ascendente que los dotaba de legitimidad, para el candidato electo en el

²²¹ Vicente Fox, en su discurso Crecimiento del 7% ¿imposible o impensable? Una agenda de trabajo

²²² Vicente Fox, en su discurso Ya es tiempo de reactivar la industria de la construcción

²²³ Vicente Fox, discurso de ya es tiempo de establecer una nueva plataforma para el crecimiento económico y la generación de empleo

²²⁴ Vicente Fox, en su discurso Un nuevo tiempo para la mujer mexicana

2000, en la historia no hubo evolución sino corrupción, estancamiento económico y mala distribución de la riqueza, la lectura de los resultados fue totalmente opuesta. La legitimidad de Vicente Fox derivaba de la voluntad de cambio “los mexicanos queremos poner un hasta aquí a la era donde el grupo en el poder se sentía dueño de la verdad, heredero universal de la historia nacional y depositario exclusivo de la voluntad y los intereses de la sociedad”²²⁶.

Es innegable el buen resultado que dio de su presentación como antagonista del candidato del PRI, respecto a la elección del 2 de julio declaraba: “lo que esta en juego es continuar con más de lo mismo, o iniciar un nuevo y mejor proyecto de nación... prolongar la amarga experiencia de corrupción e impunidad o construir un gobierno honesto que rinda cuentas a la sociedad”²²⁷. Vicente Fox fue el héroe que combatiría al PRI, pero nunca se presentó como un enemigo del presidente de quien prefería no hablar.

Por supuesto, Vicente Fox también manejo conceptos cargados de valoraciones positivas, como la democracia “queremos establecer una verdadera democracia en que la tolerancia, discusión de ideas diversas y respeto de los derechos de cada uno de nosotros permita a nuestra nación lograr el proceso de gobernabilidad y estabilidad política del que aun carecemos”²²⁸.

Durante la campaña electoral del 2000 un sector de la opinión pública acusaba al candidato del PAN de carecer de programa político, de falta de ideología, de complaciente con su auditorio y sobre todo, de tener propuestas contrapuestas, a todas estas críticas

²²⁵ Vicente Fox, en su discurso *Crecimiento sustentable y sostenido con rostro humano*

²²⁶ Vicente Fox, en su discurso *Democracia: un gobierno diferente y mejor*

²²⁷ Vicente Fox, en su discurso *Alianza cambio seguro*

²²⁸ Vicente Fox, en su discurso *Democracia: un gobierno diferente y mejor*

respondió de la siguiente manera “dicen que utilizo un discurso diferente con cada auditorio y tienen razón... dicen que utilizo un discurso diferente para sumar a diferentes grupos de la población a nuestro favor y tienen razón. Si por escuchar a toda la sociedad e integrar propuestas para todos los mexicanos, me llaman incoherente y contradictorio, allá ellos. No nos importa”²²⁹, presentando, de este modo, algo negativo como muy positivo.

Ante la proximidad de la jornada electoral y con la posibilidad de resultar electo Vicente Fox con la intención de dar certidumbre y seguridad a los electores moderó su discurso “estamos a un paso de la alternancia... vamos a sacar al PRI de los Pinos, pero lo vamos a sacar sin rencores, sin venganzas políticas, ni revanchas partidistas... Vamos a construir no a destruir. Vamos a reconstruir políticamente al país sin rupturas sociales y sin violencia política. El cambio en el poder se dará con calma, con estabilidad, con armonía”²³⁰.

Los discursos de campaña de Vicente Fox fueron sumamente emotivos con continuas referencias y apelación a sentimientos como el valor, la acción, el coraje y la lealtad, cuando se anunció la alianza electoral del Partido Acción Nacional y el Partido Verde Ecologista de México declaró “es tiempo de enaltecer la política. Tiempo de demostrar nuestros valores y nuestros ideales”²³¹ Dio un nuevo contenido a la elección al afirmar que “aquí encuentra la elección del 2 de julio su verdadero valor histórico; su sustento ético, moral y político”²³².

²²⁹ Vicente Fox, en su discurso Crecimiento sustentable y sostenido con rostro humano

²³⁰ Vicente Fox, en su discurso Ya es tiempo de hacer del turismo un verdadero motor del desarrollo

²³¹ Vicente Fox, en su discurso Alianza cambio seguro

²³² Vicente Fox, en su discurso de Ya es tiempo de establecer una nueva plataforma para el crecimiento económico y la generación de empleo *Un paso de la construcción de un nuevo proyecto de nación*

Los discursos pronunciados por Vicente Fox obligaban a tomar una posición entre dos opciones claramente definidas: la de los malos y corruptos de siempre y la suya que representa la voluntad de cambio. Eran discursos que se adaptaban a las necesidades de conocer y comunicarse con los ciudadanos a través de los medios de comunicación, mismos que reproducían esta imagen de lo viejo contra lo nuevo, lo malo frente a lo bueno.

El discurso retórico de Vicente Fox representó el momento de cambio hacia un discurso electoral adecuado para pronunciarse en campañas electorales competitivas. Mencionaba con un tono triunfalista y basado en encuestas, que él ya había ganado, aclarando que continuaba su campaña para sumar más votos, argumento frecuentemente utilizado por los candidatos del PRI.

Los discursos de Vicente Fox se definieron a partir de tres características, primero su ubicación como el principal antagonista del Partido Revolucionario Institucional, posición que lo llevó a establecer una interpretación diferente de la historia, no se asumió como heredero y sucesor de una línea y destino histórico, sino como alguien que modificaría el rumbo de la historia.

Revirtió la historia en contra de sus antecesores y del candidato del PRI al interpretar los resultados administrativos de los presidentes del Partido Revolucionario Institucional como un fracaso. No solamente no se asumió como un heredero, sino que además, denunció los malos resultados administrativos y se presentó como el único capaz de romper con estos resultados.

Unido a este se encuentra la idea del cambio, Vicente Fox redujó el proceso electoral del 2000 a la realización de un plebiscito en el que la pregunta fue ¿cambio sí o

no?, por supuesto con un discurso ideológico en el que optar por el no, significaba ser malo, antidemocrático, corrupto, votar por el atraso, por la desigualdad, inseguridad y falta de oportunidades. La repetición frecuente del término cambio lo convirtieron en un valor en si mismo, en una meta deseable que unificó el voto de los más variados sectores sociales frente a un adversario común: el PRI.

La tercera característica fue la relación de Vicente Fox con el Partido Acción Nacional. Fox se presentó como el candidato de un movimiento social, como el representante de todos los que no simpatizaban con el PRI, como el candidato de todos los opositores al partido en el gobierno, posición que lo alejó de su partido de origen, en el discurso Fox rebasó a los partidos al presentarse como el líder de un movimiento social, más que como el candidato de un partido político.

c) Promesas en los discursos

En el discurso retórico de Vicente Fox se pueden observar rupturas y cambios muy claros, respecto a los discursos de los candidatos que obtuvieron el triunfo entre 1920-1994. En cuanto a las promesas estas diferencias no son muy claras entre otras razones porque todos los candidatos prometen resolver los problemas nacionales que son los mismos, las diferencias se pueden observar en la estrategia que cada uno de ellos implementaría para cumplir estas promesas. Además, Vicente Fox buscó presentarse como un candidato distinto del PRI, pero ofreciendo un cambio con estabilidad, lo que lo llevó a prometer y proponer medidas moderadas.

En el terreno de las propuestas Vicente Fox recurrió a la misma estrategia de contrastar sus propuestas con las del PRI, los buenos resultados de su gobierno en Guanajuato en contraposición a los resultados de 70 años de administraciones post-revolucionarias. Las promesas que definieron el discurso económico de Vicente Fox fueron: “crecer al 7% que es el mínimo indispensable para dejar de acumular rezagos históricos... generar el millón 300 mil empleos que el país demanda... promover intensamente el ahorro interno, alcanzando niveles de inversión extranjera por 20 millones de dólares, promoviendo de manera agresiva las exportaciones”²³³.

Otra promesa constante en los discursos de Vicente Fox fue la de dar “la más alta prioridad a la micro, pequeña y mediana empresa”²³⁴, e impulsar “la banca de desarrollo, la banca social, el microcrédito y el ahorro popular”²³⁵. Respondiendo a una de las principales críticas hechas a los gobiernos priistas prometió que los indicadores “fundamentales de la macroeconomía, se adaptaran los fundamentales de una sociedad justa y humana”²³⁶.

El candidato por la Alianza por el Cambio tuvo un punto de coincidencia con los anteriores candidatos del PRI en el reconocimiento del hartazgo social ante las promesas de los políticos, por esta razón evito mencionar el término de promesas y se concentró en establecer compromisos.

Con sus compromisos en materia política buscó satisfacer las principales exigencias de la ciudadanía: mayor democracia, Estado de Derecho, transparencia, federalismo y combate a la corrupción. Ofreció: “La democracia que vive nuestro país debe transformarse

²³³ Vicente Fox, en su discurso de Crecimiento sustentable y sostenido con rostro humano

²³⁴ *Ibidem.*

²³⁵ Vicente Fox, en su discurso de Ya es tiempo de vivir la justicia social

²³⁶ *Ibidem.*

en igualdad de oportunidades para todos sus habitantes²³⁷ y “volver al Estado de derecho y así el ejercicio honesto y profesional de gobierno”²³⁸.

En contraste con los gobiernos deshonestos, incapaces, el centralismo y abusos del poder que desde su punto de vista cometía el PRI, Vicente Fox se comprometió a “integrar un gobierno plural, honesto y capaz... un gobierno republicano que viva el federalismo y comparta el poder... hacer posible un nuevo acuerdo nacional que integre a todas las fuerzas políticas en una transición pacífica a la democracia”²³⁹.

En coincidencia con los candidatos del PRI, el candidato de la Alianza por el Cambio dio un especial énfasis a los compromisos de corte social, “mi propuesta en materia social pretende hacer justicia y eliminar la pobreza y la marginación con el mismo entusiasmo y perseverancia que se busca disminuir la inflación y hacer crecer la economía”²⁴⁰.

Su promesa social estuvo fundada en cinco ejes: “El reconocimiento por parte del Estado de la dignidad personal y de la libertad individual y social de todos los mexicanos; el reconocimiento de la igualdad jurídica de todos frente al Estado y el derecho a la igualdad de oportunidades personales y sociales de desarrollo; el reconocimiento a los derechos de la tercera generación, los derechos ecológicos y el derecho a la paz; el reconocimiento a los derechos de todas las minorías; el reconocimiento a la solidaridad”²⁴¹.

²³⁷ Vicente Fox, en su discurso de Ya es tiempo de vivir la justicia social

²³⁸ Vicente Fox, en su discurso Por un gobierno estratégico, inteligente y solidario

²³⁹ Vicente Fox, en su discurso de Toma de protesta

²⁴⁰ Vicente Fox, en su discurso de Ya es tiempo de vivir la justicia social

²⁴¹ Vicente Fox, en su discurso Por un desarrollo que sea visible para todos

En consonancia con los tiempos políticos formuló compromisos con los grupos vulnerables, con los indígenas se comprometió a “incluirlos al desarrollo junto con el Consejo Nacional para el Desarrollo de los Pueblos indígenas que tendrá su oficina al lado de la del presidente”²⁴². Y con las *chiquillas y los chiquillos* “promoveremos acciones específicas para atender a los niños y a las niñas mal nutridos. Desarrollaremos un programa especial para las niñas y los niños de la calle.”²⁴³

*En términos generales los programas de gobierno expuestos por Vicente Fox, no se diferencian mucho de los de los candidatos del PRI. La intención de su gobierno de acuerdo a lo que Vicente Fox afirmó es “superar con éxito los tres desafíos: crecimiento económico, desarrollo personal, y vivir en paz con seguridad y justicia, enfrentando los desafíos adicionales: democracia y buen gobierno”*²⁴⁴.

El candidato de la Alianza por el Cambio englobó su propuesta y compromiso de gobierno cuando afirmó que su objetivo era que al cabo de una generación México tenga “estabilidad económica; crecimiento económico sustentable y sostenido; Desarrollo regional equilibrado; democracia y Estado de derecho; formación de capital humano; empleos bien remunerados y oportunidades para todos de vivir una vida digna”²⁴⁵

Como puede observarse en las promesas de Vicente Fox permanece esta confrontación de ideas con el PRI, ante un gobierno que estancó la economía él ofrecía crecer al 7% anual, ante un gobierno sin recursos y corruptos él proponía una reforma fiscal, ante un gobierno autoritario, él prometía mayor democracia, descentralización,

²⁴² Vicente Fox, en su discurso Por un desarrollo que sea visible para todos

²⁴³ *Ibidem.*

²⁴⁴ Vicente Fox, en su discurso Democracia: un gobierno diferente y mejor

federalismo, y ante un gobierno que privilegio los indicadores macroeconómicos él ofrecía sensibilidad para dar respuesta a las demandas sociales.

La estrategia de presentarse como el único candidato viable con posibilidades de recomponer el desastre ocasionado por los candidatos del PRI permaneció aún en las promesas hechas por Vicente Fox, su discurso de campaña electoral se definió a partir del PRI.

Conclusiones

Una de las diferencias más notables en los discursos de Vicente Fox fue que retomó los malos resultados de las administraciones priistas. Es una jugada de imagen interesante y al no ser del PRI no debió cargar con su ineficiencia e incapacidad para resolver los problemas, principal obstáculo que tradicionalmente enfrentaron los candidatos del PRI, pero al mismo tiempo, el haber sido gobernador le permitió promocionar sus logros y revertir uno de los principales miedos de la ciudadanía: la incertidumbre; se presentó como un cambio con certidumbre, contrastándose con el otro candidato opositor Cuauhtémoc Cárdenas quien no se ubicó en ese espacio. El candidato del PAN se presento como un candidato con experiencia pero que no era del PRI despertando la simpatía de amplios sectores sociales.

Por otro lado, la distancia entre él y su partido le permitieron mantenerse alejado de las dificultades en el manejo de la imagen que representaba el PAN que es considerado como un partido conservador, de derecha y católico, lo que le permitió aglutinar el apoyo de amplios sectores alejados de la ideología del partido. Se presentó como el candidato de

²⁴⁵ Vicente Fox, en su discurso de *Ya es tiempo de establecer una nueva plataforma para el crecimiento*

un movimiento ciudadano lo que es congruente con la idea de plebiscito y respondiendo a lo esperado por los electores.

Lo que en términos de campaña electoral significó un triunfo, no lo fue en términos de la calidad democrática, precisamente porque con el fin de convertir la elección en un plebiscito, la exposición del proyecto y programa de gobierno fueron abandonados. Nos encontramos ante una paradoja si damos al concepto de democracia un sentido más amplio que el de la simple realización de elecciones limpias y transparentes, una vez que ha transcurrido el momento electoral, los gobiernos electos pueden no consolidarse por la falta de programas y acciones de gobierno coherentes.

Documentos de Discursos Electorales

- ALEMÁN, Miguel, *Un México Mejor (Discursos e Informes)*, México, Ruta, 1952, 510 pp.
- AMARO, Joaquín, *Discursos del General Obregón*, México, Biblioteca de la Dirección General de Educación Militar, 1932
- CALLES, Plutarco, *Declaraciones y Discursos Políticos*, México, Centro de Documentación Política Cuadernos de Causa Nueva, 195 pp.
- CÁRDENAS, Lázaro, *Obras apuntes 1913-1940*, T.I., México, UNAM, 1972
- COLEGIO DE MÉXICO, *Los Presidentes de México, Discursos Políticos 1910-1988*, T.II, México, Colegio de México, 1988, 431 pp.
- DE LA MADRID, Miguel, *Campaña Presidencial*, T. I-T. XII, México, Partido Revolucionario Institucional,
- DÍAZ ORDAZ Gustavo, *Pensamiento Político de Gustavo Díaz Ordaz*, T.I a T. III, México, 1964
- ECHEVERRÍA ALVAREZ Luis, *Pensamiento, Doctrina, Discursos de Campaña*, México, Partido Revolucionario Institucional.
- ELIAS CALLES DE TORREBLANCA, Hortensia, *Plutarco Elías Calles, Pensamiento Político y Social. Antología 1913-1926*, México, Fondo de Cultura Económica, 1992, 355 pp.
- INSTITUTO DE CAPACITACIÓN POLÍTICA, *Historia Documental del PNR, PRM, PRI*, T.I a T.IX, México, Partido Revolucionario Institucional, 1981
- LÓPEZ MATEOS, Adolfo, *Documentos para la historia de un gobierno*, México.
- LÓPEZ PORTILLO, José, *Memorias de Campaña*, T.I a T.IX, México, Partido Revolucionario Institucional
- OBREGÓN, ÁLVARO, *Ocho mil kilómetros de campaña*, México, Fondo de Cultura Económica, 1959, 618 pp.
- ORTIZ RUBIO, Pascual, *Discursos Políticos (1929)*, México, 1930, 321 pp.
- PARTIDO NACIONAL REVOLUCIONARIO, *La gira del General Lázaro Cárdenas*, México, Partido Revolucionario Institucional, 1986, 260 pp.
- RUIZ CORTINES, Adolfo, *Discursos de Adolfo Ruiz Cortines* pronunciados del 14 de oct. De 1951 al 22 de junio de 1952 durante su campaña política.
- SALINAS DE GORTARI, Carlos, *Discursos de Campaña*, T.I a T.XIV, México, Partido Revolucionario Institucional,
- ZEDILLO PONCE DE LEÓN, Ernesto, *Memorias de campaña, Discursos, Diálogos, y Entrevistas*, T.I a T.III México, Comité Ejecutivo Nacional, 1995,
- ZEDILLO PONCE DE LEÓN, Ernesto, *Propuestas y Compromisos*, México, Noriega Ediciones, 1994, 208 pp.

Bibliografía

ARISTÓTELES, *La Retórica*, España, Gredos, 1990, 626 pp.

BAENA PAZ, Guillermina, "La construcción de la imagen de un candidato. El caso de los candidatos priístas" en revista *Estudios Políticos*, cuarta época, núm. 6, ene-mar 1995, 151-177 pp.

BASURTO, Jorge y CUEVAS, Aurelio (coord), *El fin del proyecto nacionalista revolucionario*, México, UNAM-IIS, 1992, 145 pp.

BECKER, Wernes, *La libertad que queremos*, Fondo de Cultura Económica, México, 1990, 253 pp.

BEETHAM, David, *The legitimation of power*, Macmillan, 1991

BEINER, Roland, *Theorizing citizenship*, State University of Neww York press, 1995

BERELSON, Bernard, *Análisis de contenido*, México, Departamento técnico de la Dirección General de Información UNAM, 1969, 158 pp.

-----, *La Comunicación colectiva y la opinión pública*, México, UNAM.

BLANCO, José Joaquín, *Se llamaba Vasconcelos. Una evocación critica*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, p. 213 pp.

BOBBIO, Norberto (comp.), *Diccionario de política*, España, Siglo veintiuno editores, 1982, 1751 pp.

-----, *El futuro de la democracia*, Fondo de Cultura Económica, México, 1992, 138 pp.

BUCHANAN, James, *El cálculo del consenso, fundamentos lógicos de la democracia constitucional*, España, 1980

CALDERÓN, José María, *Génesis del presidencialismo en México*, México, Ediciones el Caballito, 1972, 268 pp.

CAMPS, Victoria, *El malestar de la vida pública*, Grijalbo, 1996

CANSINO, César (coord.), *Después del PRI las elecciones de 1997 y los escenarios de la transición en México*, México, Centro de Estudios de Política Comparada, 1998, 170 pp.

-----, "La retórica de la reacción: los usos del discurso político en México" en revista *Estudios Político,s* núm. 13, cuarta época, oct-dic 1996, 7-31 pp.

CARBO, Teresa, "Nosotros que nos quisimos tanto... la escena discursiva en la Cámara de Diputados" en revista *Discurso teoría y análisis*, Nueva época, primavera 1993, núm. 14 69-95 pp.

CÁRDENAS GRACIA, Jaime, *Crisis de legitimidad y democracia interna de los partidos políticos*, México, Fondo de Cultura Económica, 1992, 266 pp.

-----, *Transición Política y Reforma Constitucional en México*, México, UNAM, 1996

-----, *Una constitución para la democracia. Propuesta para un nuevo orden constitucional*, México, UNAM, 1996, 299 pp.

CARPIZO, Jorge, *El presidencialismo mexicano*, México, Siglo veintiuno editores, 1994, 240 pp.

CASTAÑEDA, Jorge, G., *La Herencia. Arqueología de la sucesión presidencial en México*, México, Alfaguara, 1999, 550 pp.

CERRONI, Umberto, *Reglas y valores en la democracia*, CONACULTA, México, 1991, 217 pp.

CICERÓN, *Acerca del orador*, UNAM, México, 1995, 96 pp.

-----, *De la invención de la retórica*, UNAM, México, 1997, 139 pp.

CÓRDOVA, Arnaldo, *La ideología de la revolución mexicana*, México, Era, 1973, 508 pp.

COURTES J., *Introducción a la semiótica narrativa y discursiva*, Argentina, Háchete, 1980 s.p.

CHOMSKY, Noam, *Sintáctica y semántica en la gramática generativa*, México, Siglo veintiuno editores, 252 pp.

DAHL, Robert, *La democracia y sus críticos*, Barcelona, Paidós, 1992

-----, *La poliarquía, participación y oposición*, Tecnos, México, 1985, 195 pp.

DULLES, John W.F., *Ayer en México una crónica de la revolución (1919-1936)*, México, Fondo de Cultura Económica, 1993, 711 pp.

DUVERGER, Maurice, *Los partidos Políticos*, México, Fondo de Cultura Económica, 1951, 461 pp.

-----, *Método de las ciencias sociales*, España, Ariel, 1961

ECO, Umberto, *Lector in fábula*, Barcelona, Lumen, 1987, 330 pp.

FENIKEL Link, *Representation*, University of San Diego press, 1958

FERRER RODRIGUEZ, Eulalio, *De la lucha de clases a la lucha de frases*, México, Taurus, 1995, 413 pp.

GIMATE-WELSH, Adrián, *Acerca del orador*, UNAM, México, 1995, 96 pp.

-----, *Democracia entidad de dos caras, El discurso del PRI y la Corriente Democrática*, México, Coyoacan, 1994, 175 pp.

-----, *Intinerarios*, Del campo a la Teoría, México, Solidaridad, 1993, 207 pp.

GIMENEZ MONTIEL, Gilberto, "La controversia ideológica en torno al VI informe de José López Portillo. Ensayo de análisis argumentativo", en revista *Discurso cuaderno de teoría y análisis*, año 1, num 1, may-agos 1983

-----, *Poder, Estado y discurso, Perspectiva sociológica y semiológica del discurso político-jurídico*, México, UNAM, 1981, 161 pp.

GONZÁLEZ CASANOVA, Pablo, *La democracia en México*, México, Era, 1965, 333 pp.

- GONZÁLEZ REYNA María Susana, *La construcción de la realidad en el discurso periodístico*, Tesis Doctoral, Asesor Gilberto Gimenez, México, 1996.
- , *Periodismo de opinión y discurso*, México, Trillas, 1991, 179 pp.
- GOULD Carol, *Rethinking democracy*, Cambridge University Press, 1988
- GREIMAS, A.J., *Del Sentido II*, España, Gredos, 290 pp.
- , *La Semiótica del texto*, Ejercicios prácticos, España, Paidós, 1976, 273 pp.
- , *Semiótica*, Diccionario razonado de la teoría del lenguaje, Madrid, Gredos, 1982, 438 pp.
- , *Semántica estructural*, Madrid, Gredos, 1971, 398 pp.
- GURUTZ, Jauregui, *La democracia en la encrucijada*, Anagrama
- HABERMAS, Jünger, *Escritos sobre moralidad y eticidad*, Paidós, 172 pp.
- , *Problemas de legitimidad en el capitalismo tardío*, 171 pp.
- H AidAR, Julieta, *Discurso sindical y proceso de fetichización*, México, INAH, 1990, 281 pp.
- HALPERIN DONGHI, Tulio, *Historia contemporánea de América Latina*, España, Alianza, 774 pp.
- HELD, David, *Modelos de democracia*, Alianza, México, 1996, 435 pp
- HERMET, Guy, *En las fronteras de la democracia*, Fondo de Cultura Económica, México, 226 pp.
- INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, *Memorias del proceso electoral federal 1991*, México, IFE, 1992
- , *Estadística de las elecciones federales de 1994*, México, IFE, 1343 pp.
- , *Plataformas electorales federales 1994*, México, IFE, 461 pp.
- INSTITUTO PARA AMÉRICA LATINA, *Televisión y democracia en América Latina*, Instituto para América Latina, Lima, 1989, 155 pp.
- JAUREGUI, Gurutz, *La democracia en la encrucijada*, Anagrama
- JITRIK, Noé (comp.), *Irrupción del discurso*, México, UNAM, 1990 278 pp.
- KELSEN, Hans, *Esencia y valores de la democracia*, España, Anagrama, 191 pp.
- KLAUS, George, *El lenguaje de los políticos*, España, Anagrama, 1979, 395 pp.
- KRIPPENDORFF, Klaus, *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*, España, Paidós, 1990, 279 pp.
- LECHNER, Norbert, *Los patios interiores de la democracia, subjetividad y política*, Fondo de Cultura Económica, Chile, 1990, 183 pp.
- LJPHART, Arend, *Democracia en las sociedades plurales*, Prisma, México, 1988, 231 pp.
- LIPSET SEYMOUR, Martín, *Political man: The social bases of politics*, Garden City New York, 1960, 432 pp.

LOPEZ GALLO, Manuel, *El elegido relación de dichos y hechos desde los seis distinguidos hasta el grito de independencia*, México, El Caballito, 535 pp.

LOPEZ RUIZ, Miguel, *Normas técnicas y de estilo para el trabajo académico*, México, UNAM, 1997, 166 pp.

MACPHERSON, C.B., *La democracia liberal y su época*, Alianza, México, 1994, 148 pp.

MAINGUENEAU, Dominique, *Introducción a los métodos de análisis del discurso*, Buenos Aires, Hachete, 1989, 212 pp.

MARTINEZ ASSAD, Carlos, "La sucesión presidencial en México 1928-1988" en revista *Nueva Imagen*, México.

MOLINA Y VEDIA, Silvia, "El sentido de la democracia en la prensa mexicana", en *Revista Mexicana de Ciencias políticas y sociales*, año XXI, núm. 169, jul-sep 1997, 197-216 pp.

-----, *Teoría de la credibilidad*, UNAM, México, 1997, 204 pp.

MOLINAR HORCASITAS, Juan, *El tiempo de la legitimidad*, Cal y arena, México, 1991, 265 pp.

MOREIRAS, Alberto, *Interpretación y diferencia*, España, Editorial visor distribuidores, 1991, 138 pp.

MORLINO, Leonardo, *Como cambian los regimenes políticos*, España, Centro de estudios constitucionales, 1985

O'DONELL Guillermo y SCHMITTER C. Philippe, *Transiciones desde un gobierno autoritario*, Barcelona, Paidós, 1986

PASQUINO, GIANFRANCO (coord), *Manual de ciencia política*, Alianza, Madrid, 1988

PATEMAN, Carole, *Participation and democratic theory*, Cambridge University Press

PÉREZ DÍAZ, Víctor, *La esfera pública de la sociedad civil*, Taurus, 1997

PEREZ FERNANDEZ DEL CASTILLO, Germán (comp.), *Evolución del Estado Mexicano reestructuración 1910-1940*, T. II, México, Ediciones el Caballito, 1986, 287 pp.

-----, (comp.) *Evolución del Estado Mexicano consolidación 1940-1983*, T. III, México, Ediciones el Caballito, 1986, 274 pp.

POPPER, Karl, "Licencia para hacer televisión", en *Nexos*, núm. 229, abril de 1996, 25-29 pp.

-----, *La sociedad abierta y sus enemigos*, Paidós, España, 1994, 693 pp.

PREWORSKI Adam, *Democracy and the market*, Cambridge University press, 1991

-----, *Sustainable democracy*, Cambridge University press, 1995

RALL, Marlene, "mañana te hablo", en revista *Discurso*, México, 1994, núm. 15, 1-18 pp.

RAMIREZ RANCAÑO, Mario, "Estadísticas electorales: presidenciales" *Revista Mexicana de Sociología*, México, 1977, num. 1 ene-marzo 1977, 271-299 pp.

RAWLS, John, *Teoría de la justicia*, Fondo de Cultura Económica, México, 1997, 549 pp.

- REBILLOU, Jean Louis, "Discurso político, discurso de la pasión", en *Revista discurso teoría y análisis*, num 17, nueva época, otoño 1994, 47-56 pp.
- RESENDIZ, Rafael, *Semiótica comunicación y cultura*, México, UNAM, 159 pp.
- RODRIGUEZ ARAUJO, Octavio, *La reforma política y los partidos en México*, Editorial siglo XXI, 1979
- RUSTOW, Dankwart, *Transiciones hacia la democracia hacia un modelo dinámico*, 151 pp.
- SALAZAR C., Luis, "Los costos de la violencia retórica" en *Nexos*, num 220, abril 1996, 8-11 pp.
- SARTORI, GIOVANNI, *Homo videns la sociedad teledirigida*, España, Taurus, 1998, 159 p.
- , *La política lógica y método en las ciencias sociales*, México, Fondo de Cultura Económica, 1992, 336 pp.
- , *Qué es la democracia?*, Patria, México, 1997, 342 pp.
- , *Teoría de la democracia, El debate contemporáneo*, T. I México, Alianza, 1989, 305 pp.
- , *Ingeniería Constitucional Comparada, una investigación de estructuras, incentivos y resultados*, México, Fondo de Cultura Económica, 1995, 164 pp.
- SAUSSURE, Ferdinand, *Curso de lingüística general*, Ediciones Nuevo mar, 319 pp.
- SCHUMPETER, J.A., *Capitalismo socialismo y democracia*, Folio, España, 1996, 512 pp.
- SHAIN, Yossi, y LINZ Juan, *Between State, Interim Governments and democratic transitions*, Cambridge University press, 1995
- SHANTO Iyengar, *Televisión y opinión pública, Información es poder*, Gernica, México, 1993, 275 pp.
- STUBBS, Michael, *Análisis del discurso*, Madrid, Alianza, 1987, 256 pp.
- TENA RAMIREZ, *Leyes fundamentales de México 1808-1971*, México, Porrúa, 1971, 991 pp.
- TREJO DELARBRE; Raúl, "Hablar, oír y responder", *Etcétera*, México, 15 de mayo de 1998
- TREJO, Pablo, "El discurso del nacionalismo revolucionario y el discurso de la reforma del Estado" en revista *Estudios Políticos*, Tercera época, núm. 7, jul- sep- 1997, 175- 180 pp.
- VAN DIJK TEUN, A., *Discurso e ideología*, Conferencia dictada el 23 de marzo de 1995, México D.F., Ciudad Universitaria.
- , *Estructura y función del discurso*, México, Siglo Veintiuno, 1983, 161 pp.
- , *La noticia como discurso, Comprensión estructura y producción de la información*, España, Paidós, 1990, 284 pp.

-----, *La ciencia del texto un enfoque interdisciplinario*, España, Paidós, 1989, 303 pp.

WEBER, Max, *Economía y Sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996, 1237 pp.

-----, *El político y el científico*, México, Alianza, 231 pp.

ZAMITIZ GAMBOA, HÉCTOR, "EL proceso de comunicación política en las campañas presidenciales de 1994 y la opinión pública en México" en revista *Estudios Políticos*, cuarta época, núm. 6, ene-mar 1995, 125-150 pp.

Legislación Electoral

GARCÍA OROZCO, Antonio, recopilación y trabajo Introductorio, *Legislación Electoral Mexicana 1812-1977*, México, Gaceta Informativa de la Comisión Federal Electoral, 1978, pp.567

Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, México, 1981

Código Federal Electoral, México, Ediciones Andrade, 1987, pp. 274

Código Federal Electoral, México, 1988, pp. 271

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, México, Porrúa, 1990, pp. 89

Código de instituciones y Procedimientos Electorales, México, Instituto Federal Electoral, 1994, pp. 327

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, México, Instituto Federal Electoral, 1999, 418 p.

Leyes Consultadas

Ley Electoral	6 de febrero de 1917
Ley para la Elección de Poderes Federales	2 de julio de 1918
Decreto del ciudadano Jefe interino del Ejército Liberal Constitucionalista	25 de mayo de 1920
Decreto que reforma la Ley Electoral del 2 de julio de 1918	7 julio de 1920
Decreto que adiciona la Ley electoral del 2 de julio de 1918	24 de diciembre de 1921
Decreto que modifica los Artículos 14 y 15 de la Ley para Decreto que reforma el artículo 14 y 15 de la Ley para Elección de Poderes Federales	24 de noviembre de 1931
Decreto que Reforma el Artículo 14 de la Ley de Elecciones de Poderes Federales.	19 de enero de 1942
Decreto que reforma varios Artículos de la Ley para Elecciones de Poderes Federales	4 de enero de 1943
Ley Electoral Federal	7 de enero de 1946
Decreto que reforma diversos Artículos de la Ley Electoral Federal	21 de febrero de 1949
Ley Electoral Federal	4 de diciembre de 1954
Decreto que reforma diversos artículos de la Ley Electoral Federal	7 de enero de 1954
Ley de Reformas y Adiciones a la Ley Electoral Federal	28 de diciembre de 1963
Decreto que reforma los Artículos 51,52 fracción II, 60,67,70,71,72,77,78,84 fracción II y Párrafo final, 93 fracción II y VI, 94 fracciones I, II, III, 105 fracción VI y 110 fracción III de la Ley Electoral Federal	29 de enero de 1970
Ley Federal Electoral	5 de enero de 1973
Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales	28 de diciembre de 1977
Ley Federal de Organizaciones y Procesos Electorales, Reglamento de los organismos Electorales y previsiones para la ley federal de organizaciones políticas y procesos electorales	30 de diciembre de 1977
Código Federal Electoral	12 de febrero de 1987
Código Federal Electoral Con las adiciones y reformas de 1988	6 de enero de 1988

Código Federal de Instituciones y procedimientos electorales	15 de agosto de 1990
<i>Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales</i>	1994
Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales	1997