



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLAN



ORIGEN Y DESARROLLO DEL MARKETING POLITICO EN MEXICO (1994 - 2000): PERSPECTIVAS DE ANALISIS.

T E S I S A

PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADO EN CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRACION PUBLICA

P R E S E N T A :

XOCHITL GUADALUPE CRUZ HESQUIA

ASESOR: LIC. JUAN MIGUEL RAMIREZ ZOZAYA

MAYO DE 2005.

17345377



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.

AGRADECIMIENTOS

A DIOS

POR DARME LA VIDA QUE TENGO
POR PONERME EN LA MEJOR DE LAS FAMILIAS
POR HACERME QUIEN SOY

A MI MADRE

POR SU EJEMPLO, POR SU LUCHA, POR SU ENTREGA,
POR DEMOSTRARME QUE NO HAY OBSTÁCULOS Y
SI UN CAMINO PARA SALIR ADELANTE

A MI ABUE

POR DEDICARME SUS CUIDADOS Y
LA MEJOR DE LAS ENSEÑANZAS. LA DE LA VIDA

A MIS TÍOS LEÓN Y MARGARITO

POR JUGAR EN MI VIDA UN PAPEL MUY IMPORTANTE
Y POR ACEPTAR EL RETO
A SUS FAMILIAS, POR DEJARME FORMAR PARTE DE
ELLAS

A TODA MI FAMILIA

POR ESTAR AHÍ

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la
UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Xochitl Guadalupe
Ortiz Hesiquia
FECHA: 10 JUN 09
FIRMA: [Firma manuscrita]

A MI NINA (q.e.p.d)

POR ENSEÑARME QUE DEBO DE LUCHAR SIEMPRE,
POR HABER ESTADO AHÍ, SIEMPRE VIGILANTE
POR NO DEJARME GRADUAR EN EL KINDER, POR TODO

A BEBES

POR SU CONSTANTE APOYO,
POR JALARME LAS OREJAS CUANDO DESVIABA EL CAMINO,
A TI ALE POR SER UN NIÑO ESPECIAL

EMMA

POR SER MI COMPAÑERA DE LA INFANCIA,
TENEMOS TANTO EN COMÚN

A MIS AMIGOS

LOS DE AHORA Y LOS DE SIEMPRE,
POR ESTAR CONMIGO EN LAS BUENAS Y EN LAS MALAS

A LAS INSTITUCIONES Y A LAS PERSONAS

QUE ME DIERON LA EDUCACIÓN,
Y LAS ARMAS PARA ABRIRME CAMINO

A LA FES ACATLAN UNAM

POR QUE ESOS ÚLTIMOS AÑOS DE ESTUDIO
Y DE VIDA FUERON LOS MEJORES

A TODOS GRACIAS

INDICE

	PAG.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	5
<u>CAPÍTULO I: MARCO HISTÓRICO Y CONCEPTUAL</u>	
A. El Estado Mexicano y el Discurso de la Revolución Mexicana: Análisis Politológico (1919-1982)	9
B. Consenso y Legitimidad del Sistema y Régimen Políticos	14
C. 1982-1994. Crisis Económica y Deslegitimación de la Clase Política	22
<u>CAPÍTULO II: MARKETING POLÍTICO: LA POLÍTICA COMO ESPECTÁCULO (1994-2000)</u>	
A. El Neoliberalismo y la Ciudadanización del Poder Estatal: Algunas Interpretaciones Críticas del Deterioro del Discurso Político en México	33
B. La Crisis de lo Público y la Política: Efectos en el Electorado	40
C. Fundamentos Teóricos del Marketing Político y la Transición Política	45
<u>CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL MARKETING POLÍTICO EN LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES DE 1994-2000: SUS PERSPECTIVAS HOY</u>	
A. La Mediología: La Imagen Pública de los Candidatos y los Medios de Comunicación	52
B. Elementos Coyunturales que Propiciaron el Auge del Marketing Político en las Campañas de 1994 y 2000	58
C. Representatividad y Eficacia Política de los Candidatos Triunfadores: Política y Espectáculo	66
<u>CONCLUSIONES</u>	72

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

1. Bonnin, Javier (1993), Comunicación Estrategias y Tácticas en el Mercado, Argentina : Macchi.
2. Cazés, Daniel (1994), Tecnología Ciudadana Para la Democracia, México : Jornada.
3. Cantú, Guillermo (2001), Asalto al Palacio, México : Grijalbo.
4. Chomsky, Noam (1994), Política y Cultura a Fines del Siglo XX, Madrid : Ariel.
5. Crespo, José Antonio (1999), Los Riesgos de la Sucesión Presidencial, México : CEPC
6. Cremoux, Raúl (1994), Democracia en Marcha, México : Tribasa.
7. Córdova, Arnaldo (1978), La Ideología de la Revolución Mexicana, México : Era.
8. Córdova, Arnaldo (1989), La Revolución y el Estado en México, México : Era.
9. De las Heras, María (1999), Uso y Abuso de las Encuestas, México : Océano.
10. Ferrer, Eulalio (1997), El Lenguaje de la Publicidad, México : FCE.
11. Fox, Vicente (2000), A Los Pinos, México : Océano.
12. Hams, R (1998), La Ley del Consenso y Las realidades Virtuales, México : Iberoamericana.
13. Korrodi, Lino (2003), Me la Jugué, México : Grijalbo.
14. Majaro, Simon (1996), Mercadotecnia Política, México : Prince may.
15. Murray, Edelman (1998), La Construcción del Espectáculo Político, Argentina : Manantial.
16. Mouchan, Jean (1998), Comunicación y Política, Barcelona : Gedisa.
17. McLuhan, Marshall (1996), La Aldea Global, Barcelona : Gedisa.
18. Piestra, Daniel (1996), Factores Clave Sobre el Marketing Político, Costa Rica : DíazSantos.
19. Salcedo Aquino, Roberto (1998), Manual de Campaña, México : CNCP y AP.

- 20 Sartori, Giovanni (1998), *Homo Videns*, México : Taurus.
21. Splaine, Jim (1992), *Política: Cómo Comunicar un Mensaje*, México : Publigráficos.
22. Seglas, Fernando (1999), *Retos de la Postmodernidad*, Madrid : Trotta.
23. Scheinshan. Daniel (1996), *Comunicación Estratégica*, Argentina : Macchi.
24. Tracy, Diane (1991), *La Pirámide del Poder – Cómo Obtener el Poder Cediéndolo* -, Madrid : Vergara.
25. Trout, Jack (1986), *Posicionamiento*, México : Prince may.
26. Villa, Manuel (1988), *¿A Quién le Interesa la Democracia en México?*, México : Porrúa / UNAM.
27. Woldenberg, José (2000), *La Mecánica del Cambio Político en México*, México, : Cal y Arena.
28. Wolton, Dominique (1992), *Elogio del Gran Público*, Madrid: Gedisa.

PÁGINAS ELECTRÓNICAS

1. www.cronica.com - 2003 --
2. www.dialogoydebate.com. - Julio / Diciembre 2000 -
3. www.eluniversal.com -Abril / Julio 2000 -
4. www.elindependiente.com – Enero / Febrero 2004 -
5. www.mileniodiario.com- Abril / Julio 2000 -
6. www.monitor.com
7. www.jornada.unam.mx- Mayo/ julio 1994 -
8. www.presidencia.gob.mx
9. www.proceso.com – 1994 y 2000 -
10. www.reforma.com - Abril / Julio 2000 -.

HEMEROGRAFÍA

1. Gil, Olmos. José (2003), "Marketing Electoral : El 2000 Al Revés", en Proceso, 13 de Julio, No.1392, México.
2. Monge, Raúl (2004), "Salarios de Escándalo en el Equipo de Fox", en Proceso, 16 de Enero, No. 1420, México.
3. Munguía. Jacinto (2003), "La Presidencia y Televisión : Aliados de Siempre", en Proceso, 6 de Julio, No. 1392, México.
4. Varela. Rita (2004), "Marta Sahagún : El Origen de la Ambición", en Séptimo Día, 3 de Enero, No. 133, México.
5. Volpi, Jorge (2003). "El Fracaso", en Proceso, 30 de Noviembre, No. 1413, México.
6. Villegas, Claudia (2003), "Fracasaron, pero los Tecnócratas siguen en el Poder", en Proceso, 20 de Julio, No.1394, México.

INTRODUCCIÓN

Sin duda alguna, quien se atreva a leer 'Los Apuntes' (UNAM : 1986), del General Lázaro Cárdenas, se dará cuenta, de la desconfianza que éste tenía de los mandatarios que le precedieron. "México ha caído en una nueva dictadura que amenaza la paz al interior del país. El Partido Revolucionario Institucional (PRI) no ha cumplido con el lema 'Sufragio Efectivo' y sigue postulando a candidatos conservadores, enemigos de la revolución" (Cárdenas, 1986 : 45).

Es decir, no es un secreto que a partir de la llamada 'modernización' del Estado mexicano, iniciada por Miguel de la Madrid, el llamado proyecto de la revolución mexicana se fue poco a poco erosionando. Hasta que el 2 de Julio del año 2000, arribó al poder el candidato del partido identificado con los intereses empresariales.

Esto, originó un sin número de reflexiones y análisis en relación a la caducidad del antiguo y sólido sistema político mexicano. Que fue estudiado por diversos intelectuales de todo el mundo; e identificado como un régimen presidencialista acérrimo. Hubo quienes hace años argumentaron la muerte de la revolución mexicana; tal fue el caso de Daniel Cosío Villegas (Hermes, 1976 : 80).

Cuando el mundo vivió la caída del Muro de Berlín y la extinción de la URSS, el Estado Mexicano se mantuvo firme; ideológicamente se justificaba en un discurso político que buscaba en las masas su apoyo e identificación.

Sin embargo, el triunfo de Vicente Fox se obtuvo más con estrategias de mercadotecnia política y electoral, que con propuestas políticas. He ahí la relevancia de estas páginas al averiguar cómo el desarrollo del marketing político surgió, cuando el discurso de la revolución mexicana se agotó.

El objetivo central de la investigación recae en la hipótesis de demostrar que la aparición del marketing político se debe a la extinción del antiguo discurso de la revolución mexicana y que fue utilizado en las elecciones presidenciales de los años 1994 y 2000.

He seleccionado este período histórico, porque sin duda representa el auge de estas nuevas técnicas de mercadotecnia política, que busca primero convencer al elector, y más tarde a los gobernados a través de su fase política, que por medio de la publicidad intenta guiar a la ciudadanía en el apoyo de sus autoridades.

Para ello el trabajo se divide en tres capítulos, el Capítulo I **'Marco Histórico y Conceptual'**, pretende analizar y comprender las principales variables ideológicas del discurso de la revolución mexicana.

El capítulo II, titulado **'Marketing Político : La Política Como Espectáculo (1994 – 2000)'** demuestra que a la extinción del discurso revolucionario, aparecieron las herramientas del marketing electoral y político.

El capítulo III denominado **'Análisis del Marketing Político en las Campañas Presidenciales de 1994 – 2000 : Sus Perspectivas Hoy'**. Intenta evaluar la eficiencia de esta herramienta electoral y política, en dichos periodos mencionados.

Finalmente en las conclusiones, se deduce una eficacia poco relevante del marketing, de no tener un discurso político creíble y que se refleje en los hechos del gobierno.

Seguramente mi investigación parecerá estar incompleta, para quienes no creen en la irreversibilidad del tiempo. Pero también dejará inquietudes en el lector, que quizá lo animen a saber más de nuestra historia, y la del Estado Mexicano.

Porque a final de cuentas, la historia no es sino política solidificada, y la política historia que transcurre, una no se explica sin la otra. De nada servirán las nuevas técnicas de mercadotecnia si no se sabe el porque de nosotros.

Hoy la política carece de lógica, y es más importante apreciar las caras y gestos, como en los videofraudes que apreciar los actos de gobierno. Tal y como se aprecia en la siguiente lámina utilizada en el 2000 para evaluar el debate entre los entonces candidatos a la primera magistratura.

	VICENTE FOX		FRANCISCO LABASTIDA		CUAUHTEMOC CARDENAS		PORFIRIO MUÑOZ LEDO		GILBERTO RINCÓN G.		MANUEL CAMACHO	
CABELLO	10		10		5	ANTICUADO	5	DESPEINADO	10		10	
TRAJE	10		10		10		10		10		10	
CAMISA	10		10		5	CUELLO GRANDE	0	CUELLO SIN PLANCHAR	5	ARMA MAL EL CUELLO	10	
CORBATA	5	NUDO ANTICUADO	5	DISTORSIONADA	5	LUCTUOSA	0	NUDO ANTICUADO	10	NUDO MODERNO	5	ROJO EXCESIVO
CUIDADO FACIAL	5	BIGOTE DESALIÑADO	10		10		10		10		0	LENTES GRANDES CON REFLEJO
PULCRITUD	10		10		10		5	PASADO DE PESO	10		10	
DICCION	10		5	FURCIOS	10		0	¿QUE PASO?	10		5	TITUBEOS
VOZ	5	SOFOCADO	5	MONOTONO	0	ABSURDO	5	¿QUE PASO?	5	MONOTONO	0	SOFOCADO. NASAL Y AGUDO
ADEMANES	0	DISTRACCIONES	10		0	INEXISTENTES	5	CON LA PLUMA EN LA MANO	10	DESINHIBIDO	0	INEXISTENTES
GESTOS	5	NO CORRESPONDEN A LO DICHO	5	RICTUS SARCASTICO	0	TRAGICO	5	OJOS A MEDIA ASTA	5	SE PASA LA LENGUA POR LA BOCA	0	REVELABA ENOJO Y RESENTIMIENTO
SONRISA	0	AUSENTE	0	AUSENTE	0	AUSENTE	0	AUSENTE	0	AUSENTE	0	AUSENTE
CONTACTO VISUAL	5	LEYO DE MAS	5	LEYO DE MAS	10	NO LEYO	0	LEYO DE MAS	5	LEYO DE MAS	0	IMPEDIDO POR EL REFLEJO DE LOS LENTES
MENSAJE	10	"SIGANME LOS BUENOS	0	YO SOY EL CAMBIO	0		10		10		0	
SEGURIDAD	10		10		5		0		10		0	
CAPACIDAD DE REACCIÓN	10		10		5		0		0		0	
MANEJO DE TIEMPO	10		10		10		10		10		10	
AMENIDAD	5		0		0		0		0		0	
ACTITUD	10		10		0		5		10		0	
CALIFICACION EN PUNTOS	130	6.75	125	6.25	85	4.25	70	3.25	130	6.5	60	3.00

Fuente Reforma 25 Abril 2000

Encuesta realizada por el periódico después del debate televisado de los candidatos a la Presidencia de la República.

CAPÍTULO I : MARCO HISTÓRICO Y CONCEPTUAL.

A. El Estado Mexicano y el Discurso de la Revolución Mexicana: Análisis Politológico (1919 – 1982).

El nuevo orden jurídico – institucional que nació de la Revolución de 1910, y que más tarde se concretizó en la Carta Magna de 1917 construyó un Estado que para sobrevivir sintetizó todas las aspiraciones y propuestas de los diversos grupos participantes. Para Arnaldo Córdova “El Estado que la Revolución creaba, nacía profundamente comprometido con el propósito de convertirse en el verdadero motor del desarrollo nacional” (1979 : 32).

En dicho proyecto político, lo mismo cabían los ideales agrarios de Zapata, los laborales de Ricardo Flores Magón, Andrés Molina Enríquez y su propuesta novedosa, que expresaba una defensa de la propiedad originaria de la nación, y el representante de ésta, no podía ser sino la sociedad políticamente organizada; es decir el Estado. Asimismo, la visión antirre-eleccionista de Madero y más tarde retomada y perfeccionada por Calles. De igual manera, el carácter antiimperialista que se mantuvo desde Carranza, y alcanzó su cúspide en el Gobierno de Lázaro Cárdenas.

Sin embargo, el hecho que moldeó la característica principal del movimiento y nuevo orden establecido fue, sin duda, la incorporación de las masas obrero–campesinas. A partir de entonces, según Córdova ‘se calificó a la Revolución Mexicana y al régimen – el orden jurídico que regula el acceso al poder – político de ella surgido como populistas’ (ibid : 40).

El Estado se veía así mismo como el punto central de la organización económica y política del país. Sin renunciar jamás a su compromiso social de los Gobiernos de la Revolución hacia con los pobres “La ideología dominante se funda en la idea

del atraso material del país, como idea rectora del tipo de soluciones políticas que se deben dar para procurar el desarrollo" (Ibíd. : 35).

Desde entonces, el Estado Mexicano diseñará su estructura institucional, mirando y comprometiéndose con las clases bajas, primero, porque así lo estipulaba la Constitución; y en segundo lugar, porque en ello, radicaría la fuerza del partido de Estado. El atraso económico y la pobreza de la población eran la justificación por la cual existía ese orden políticamente organizado, ese compromiso de gobernar por ellos y de hacer realidad ese precepto jurídico que consideraba a la democracia no como un sistema de Gobierno; sino como una forma de vida (Cfr. Heller : 80).

Las clases populares, según el proyecto de la revolución, serían un punto de apoyo central para este tipo de política estatal. Serían partícipes del bienestar económico mediante reformas sociales y movilizadas basándose en estos programas. Paralelamente, la administración pública, entendida como ese conglomerado institucional que pretende atender problemas públicos; existiría y crecería para responder a estas reformas sociales.

Porque, como menciona y analiza Américo Saldívar "El Estado mexicano ha creado toda una concepción política y de poder a través del discurso de la Revolución, que se caracteriza por ser: antiimperialista, una ideología revolucionaria nacional que sostiene que sus Gobiernos existen para obtener justicia social y defender los problemas de la población así como su participación colectiva" (1980 : 64).

Debido a la complejidad del movimiento mismo, nacieron diversas interpretaciones político – históricas de la Revolución Mexicana. Lo mismo los marxistas, identificaron a la nueva organización estatal como un aparato de dominación; el investigador Juan Felipe Leal consideraba que la burocracia política militar había tomado las riendas de la dominación política y se presentaba como un elemento

neutral entre el capital y el trabajo, para conciliar sus intereses. Veía entonces al Estado por encima de las clases sociales y concluía que “Los rasgos distintivos del Estado Mexicano eran: La democracia representativa, el presidencialismo, el corporativismo y la gestión económica de éste” (1972 : 189).

Otros más radicales como Adolfo Gilly, consideraban que la Revolución “Quedó interrumpida, y no alcanzó la plenitud de los objetivos socialistas potenciales en ella contenidos” (1974 : 20).

Pero lo curioso del caso mexicano fue que la misma clase gobernante jamás se atrevió a definirla, para ella el proyecto político era simplemente lo que expresaba la Carta Magna. Enrique González Pedrero menciona que “La Revolución otorgó al Estado un papel central para un cambio central, y fue también la primera gran revolución social y popular del siglo XX. Sin ella no habría ni empresarios ni las demás clases” (1972 : 84).

Otros autores como el Norteamericano Howard F. Clinet (1972) aceptaban que la Revolución era en realidad un cúmulo de ideas, actitudes y convicciones que habían creado con el paso del tiempo tanto los dirigentes políticos como sus seguidores. Dicha opinión se empalma por lo dicho por Porfirio Muñoz Ledo quien siendo Presidente del CEN del PRI comentó “La Revolución en su fase armada dio origen a un admirable síntesis constitucional. En una segunda etapa creó a nuestro régimen y sistema político” (1972 : 57).

A partir de entonces la Revolución Mexicana fue objeto de estudio y referente obligatorio para cualquier investigación de nuestra realidad político-económica. Por ello mismo algunos investigadores como Enrique Semo, propusieron una división y clasificación epistemológica para analizar a esta realidad compleja: como ideología de Estado, como Proyecto Político y como Acontecimiento Histórico.

De ahí entonces nuestra preocupación por analizar el discurso político que sustentaba a estos tres pilares de la Revolución., Sin duda alguna, las prácticas discursivas que están relacionadas por las condiciones históricas, así como también no existe la neutralidad en el lenguaje de quien menciona un discurso. Porque a partir de la posición que se ocupa en la trama del enunciador y destinatario, se determina 'Lo que puede lo que se puede y lo que debe de ser dicho'.

En todo discurso, menciona Foucault, se encuentra un texto y la huellas de todas esas condiciones y circunstancias que le dieron origen, y configuraron su sentido e ideas. El discurso expresa relaciones de poder y de saber instaladas y aplicadas en la sociedad, desde los espacios y lugares institucionales que sustentan y ocultan dicho poder – saber político, económico, moral, familiar en las distintas redes establecidas -.

El discurso no sólo expresa sistemas de dominación sino también describe "Aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse" (1980 : 12).

Lo complicado del caso, y lo que es digno de estudiar, es que el tipo de discurso está determinado por una interlocución entre el líder o institución y las masas que aguardan la espera de esas buenas nuevas y promesas, así como propuestas a futuro, ello obliga a que desaparezca el diálogo, y la discusión entre ambos actores porque como lo señalaba Max Weber (FCE, 1986), se vivía una relación tradicional y religiosa.

De esta forma, puede entenderse que durante más de medio siglo, este discurso sobreviviera, y con él la confección del Presidencialismo, y el Sistema Político Mexicano. No son gratuitos los períodos de desarrollo y estabilidad económica llamados, desarrollo estabilizador y compartido. Pese a las críticas que desde

hace más de 40 años realizaron intelectuales de la talla de Daniel Cosío Villegas y José Revueltas.

El primero con su célebre 'La Crisis de México' donde escribió "Sinceramente creo que el pueblo mexicano sabe desde hace mucho tiempo que la Revolución está muerta, y lo único que le heredó al país y especialmente a sus dirigentes es una ideología y un lenguaje caducos, pero aún así se sigue gobernando con ellos porque como dice el refrán es mejor lo muerto conocido que lo vivo por conocer" (1980 : 70).

El segundo fue más directo, señalaba que la Revolución 'sólo ha engendrado pistoleros, arrivistas, serviles y rateros políticos'. Para Jesús Silva Herzog –Padre– 'el lenguaje revolucionario va perdiendo su sentido y eficacia. Las palabras se gastan, quedan vacías y dejan de tener su virtud galvanizadora. Crece la confusión en las ideas al mismo tiempo que la inmoralidad, se presenta entonces la crisis de la Revolución Mexicana' (Ibidem : 136).

Seguramente, no existe ningún caso histórico donde el proyecto revolucionario de un nuevo Estado haya cumplido en todo, ni la URSS, ni la Independencia de Estados Unidos de Norteamérica, así como la Revolución Francesa de 1789. A pesar de que estos hombres y otros, desde entonces advertían de un discurso caduco y acartonado; la idea de la Revolución Mexicana, continuó en el colectivo, porque tarde o temprano las tomaba en cuenta. Y más aún; nunca se acotó en tiempo y espacio el proyecto.

Cada gobierno sostenía, defendía, perfeccionaba, corregía y actualizaba el discurso revolucionario: se seleccionaban prioridades nacionales, y actores. La administración Pública, y el Partido de Estado eran asistencialistas y populistas tal como ya se definió anteriormente. Queda solo entonces corroborar lo dicho a través del análisis cursitivo de la Revolución a través del Tiempo, hasta llegar a

1982, justo cuando "El fin del estado Benefactor y populista es la condición principal de la modernidad neoliberal" (Jitrik, 1993 : 81)

B. Consenso y Legitimidad del Sistema y Régimen Políticos.

Frente a las críticas de quienes veían mal que la Administración Pública en México creará y se fundamentará en programas asistencialistas y populistas, hubo quienes desde el partido levantaron la voz, como el Maestro Muñoz Ledo, para decir "Quienes fingen inquietarse por el ensanchamiento de las funciones del Estado, olvidan que éste no es, en nuestro país, una instancia de opresión, en México es síntesis de pueblo e historia hechos Gobierno. El Estado no es una derivación política de la estructura económica de nuestra sociedad, es el cimiento de la base de esta sociedad, y esto se lo debemos a la Revolución Mexicana" (Ibidem : 40).

Como vemos, Revolución y Estado, Administración Pública y Masas eran las variables fundamentales del discurso de la Revolución Mexicana, sobre esta idea descansó la construcción de la superestructura en México (Vid. Díaz, 1990).

No podemos pensar a nuestro país y al pasado, sin la presencia del muralismo mexicano, la obra de Diego Rivera en los edificios públicos – la Secretaría de Educación Pública y del Palacio Nacional – al igual, José Clemente Orozco, así como David Alfaro Siqueiros; artistas que creyeron en la Revolución como un gran movimiento de masas, y que los Gobiernos emanados de ella supieron aprovechar dichas simpatías.

Al igual la historia de la radio, las estaciones XEW y XEB fueron sin duda en la tercera década del siglo XX en México los canales por los cuales fluyeron las notas musicales de la canción vernácula o ranchera. Aunado a la realización de obras cinematográficas que en su primer período enaltecieron a la Revolución y a

sus logros. Gabriel Careaga (1981) sostenía que el cine conformó en gran parte el carácter nacional y el nacionalismo incipiente.

La propia narrativa mexicana reconoce en novelas y cuentos que giran en torno a la Revolución, a sus mayores manifestaciones literarias, desde 'Los de Abajo' de Mariano Azuela, pasando por 'Dios en la Tierra' de José Revueltas o 'El Llano en Llamas' de Juan Rulfo. Con la creación de la Secretaría de Educación Pública durante el mandato de Álvaro Obregón y su acertada designación de José Vasconcelos como su primer titular, la extensión y reproducción de la idea y discurso de la Revolución Mexicana, se moldearon conciencias y configuraron creencias sobre el pasado inmediato y la actualidad. De igual manera es labor de filólogos analizar y estudiar los cambios que en el lenguaje se dieron a partir de todos estos cambios.

Lo cierto es que para que un discurso se adhiriera a las conciencias se hace necesaria la actividad constante de un sinnúmero de elementos, que van más allá de lo que Louis Althusser denominó 'Los Aparatos Ideológicos del Estado'.

El Estado no sólo prometió sino también cumplió, en su discurso de protesta como Candidato a la Presidencia del país, el Jueves 6 de Diciembre de 1933 en el Teatro de la República en la ciudad de Querétaro, el ex gobernador de Michoacán, General Lázaro Cárdenas prometió "Lo esencial para que puedan realizarse los postulados sociales de la Constitución es que se interpreten de manera revolucionaria en beneficio del pueblo. Por ello, bajo la dirección del Estado se orientaran todas las fuerzas económicas" (PRI, 1990 : 8).

Este no es espacio para analizar en detalle el Cardenismo, pero si para resaltar la relevancia que jugaron las alianzas que el Estado tuvo con las organizaciones obrero – campesinas. Y el fortalecimiento de la política antiimperialista, que nació a raíz de la Expropiación Petrolera de 1938. En el período mencionado – 1934 a 1940 – existían sólo 12 empresas públicas.

Sin embargo, es con el General Cárdenas, donde el fenómeno del Presidencialismo se manifiesta, cuando en las elecciones de 1940, impone por su voluntad a Manuel Ávila Camacho (Apud. Santos, 1984).

Quien en su discurso de toma de protesta, el Viernes 3 de Noviembre de 1939, y teniendo como escenario el Palacio de Bellas Artes, apuntaló ese discurso político. "La Revolución Mexicana ha consagrado conquistas que nadie puede ya expulsar de la conciencia nacional. Ahora recogemos esa Bandera que campesinos, obreros, soldados y grandes masas populares reconocen como la suya" (Ibidem : 14).

El conflicto bélico en Europa y Asia, sin duda ayudó para que México, pudiera por primera vez en su vida como nación, conocer y alcanzar el crecimiento económico. La sustitución de Importaciones y el fomento de las exportaciones; trajo consigo el florecimiento tanto de las finanzas públicas, como la implantación de un modelo de desarrollo. Si la Constitución de 1917, avalaba la existencia de la rectoría suprema del Estado en la estructura, las nuevas circunstancias de ese momento, así lo reclamaban. Y por otro lado, la hegemonía Superestructural de un Partido Dominante, emanado de la revolución, no tenía un opositor serio, y si lo había, era 'contrarrevolucionario'. El Partido Comunista se creó en 1919 y Partido de Acción Nacional –PAN- en 1939, así como el PPS y PARM pero ninguno era una amenaza seria para el Dominante Partido de Estado.

El control político y su respectiva fragmentación, a través de las centrales obrero, campesinas y de sectores medios – CTM, CNC y CNOP -. Así como el crecimiento y expansión de la nueva clase media que nacía junto con la urbanización de las principales ciudades del país, convertían al caso mexicano, como algo único en América Latina, donde prevalecían gobiernos dictatoriales o endebles como el caso de Perón o de Vargas en Brasil donde se pretendió llevar un modelo de masas como en el Cardenismo, pero a falta de un Partido, y una clase política cohesionada, y ante todo por una falta de discurso político unificador, fracasaron.

Los militares, como era una constante en la región, una vez implantados en el poder, pocas veces lo dejaban por voluntad propia.

Sin embargo, tocaría exactamente al 'Presidente Caballero', Ávila Camacho aceptar y proponer un relevo generacional y dentro de la clase política, el ejército mexicano, pasaría así a ser un factor lejos del poder "Pertenezco al Ejército y lo quiero mucho. Pero se ha pasado ya la época de los Generales. Estoy seguro que los civiles acertarán en el cumplimiento de su deber" (Krauze, 1998 : 78).

Esta aceptación tácita y franca se asemeja en igualdad de importancia, sin duda alguna, a la declaración que hizo Plutarco Elías Calles, al anunciar la creación del Partido Nacional Revolucionario – PNR – el 4 de Marzo de 1929. "No necesito recordar cómo estorban los caudillos (...) nunca como hoy, por mi resolución irrevocable y que durará hasta mi muerte, jamás abrigaré la más remota ambición de volver a tener carácter de Presidente de la República"(1987 : 12).

Esto fue cumplido en parte, pues como se sabe, el llamado 'Maximato', fue una etapa del país, donde un ex presidente manipuló e influyó en las decisiones y mandato de otros Ejecutivos Federales.

Para 1940, la presencia de las empresas públicas, había crecido en 57, pues la economía y su expansión, requería de la labor estatal, para estimular la inversión de capitales privados. Así, el 20 de Enero de 1946, en el lujoso cine Metropolitan de la Ciudad Capital, el Secretario de Gobernación ya era candidato del PRI a la presidencia de la República. Miguel Alemán, ex gobernador de Veracruz, y primer Presidente del país con título universitario – egresado de la UNAM -. Sostuvo que "La Revolución es anhelo constante de mejoramiento y progreso del país. Sus principios, expresados en la Constitución y en las leyes que nos rigen, son instituciones que garantizan la vida de la república. La Política agraria y las reformas sociales – Contratos Colectivos, el Seguro Social, y los Derechos

Sindicales – productos de la revolución son normas perfectamente justificadas, nuestra meta es la revolución y aspiraciones" (ibidem : 17).

Alemán favoreció la creación de nuevos capitales en el país, una nueva burguesía encontró facilidades para su reproducción. La imagen que el cine nacional ofrecía del país, hizo que empresas como Celanese Mexicana en 1943, Comercial Mexicana en 1946, Liverpool en 1944, ICA en 1945, y la llegada de la televisión en 1950, hizo que el propio presidente Alemán participara junto con Emilio Azcárraga, Rómulo O'Farril y Jorge González Camarena en la fundación de Telesistema mexicano.

La urbanización y apoyo del Gobierno Federal hacia la UNAM, con la creación de Ciudad Universitaria, hizo de esta institución educativa, el nuevo espacio de reclutamiento de la Clase Política. La Prosperidad Económica y Política de esos días, llamó la atención a estudiosos de los Sistemas Políticos; pese a las visiones de intelectuales mexicanos. Se habló entonces del 'Milagro Mexicano': crecimientos del Producto Interno Bruto – PIB - al 8 % anual, cero inflación, pocas huelgas, elecciones 'limpias' y con participación de partidos, pero el PRI todo lo ganaba. Los medios de comunicación – Prensa, radio y Televisión – en contubernio y convite total el sistema presidencialista mexicano.

La revolución triunfaba, el millón de muertos de 1910 a 1917, no había sido estéril: El reparto agrario iba en aumento, el derecho a sindicalizarse por parte de los trabajadores y la política asistencialista se consolidaba. Nadie discutía, ni las clases bajas ni los empresarios. El discurso de la revolución se fortalecía en los hechos.

Así el 14 de Octubre de 1951, en el Estadio Olímpico de la Ciudad de los Deportes, Adolfo Ruiz Cortines, protestó como candidato a la Presidencia y sostuvo que "Al referirme a la Revolución no evoco la etapa cruenta ni los gloriosos hechos de las armas en el que el pueblo impuso su decisión de progreso

social. Aludo al pensamiento profundo de crear una patria nueva. Pensemos que la Revolución es permanente, mientras exista injusticia social. Dentro de la Revolución caben y deben de estar todos los mexicanos; cualesquiera que sean sus opiniones, sus creencias, su posición económica. La patria no es patrimonio de clase, ni de nadie" (Ibidem : 22).

Durante su mandato la mujer obtuvo el voto, se le recuerda como un Gobierno estable, representativo del llamado 'Milagro Mexicano'. Alguna vez, frente a los micrófonos de periodistas europeos, respondió sobre el secreto de la estabilidad política del Sistema y Régimen Políticos, que ya desde entonces eran objeto de estudio en el mundo " A los Gobernadores y Senadores los elige el Presidente de la República; a los Diputados locales los seleccionan, los Gobernadores de los Estados; a los Diputados Federales son los sectores del Partido quienes los seleccionan; a los Presidentes Municipales el pueblo, aunque éstos son seleccionados previamente, de lo que se trata es no dejar a los ciudadanos la posibilidad de elección directa. Todos, somos hijos putativos del PRI" (Alemán, 1992 : 45).

La firmeza del discurso de la revolución, amalgamaba no sólo nuevas expectativas en la mayoría de la población, sino también hacía más fuertes al Presidencialismo, al Sistema y Clase Política. Nadie ponía en tela de duda la permanencia del PRI, tanto así que para 1957, el Secretario de Trabajo, Adolfo López Mateos, en el mismo Estadio Olímpico de la Ciudad de los Deportes, tomó protesta como candidato del PRI a la Presidencia, allí enalteció el discurso de progreso "La filosofía de nuestra revolución ha surgido de la vida del pueblo. Es realista y mexicana, y postula el concepto de la unidad nacional. El partido al que pertenecemos sostiene la filosofía de la revolución mexicana y por eso sostiene que el Estado debe crear incentivos que impulsen a la empresa privada". (Ibidem :30).

López Mateos, fincó el camino para la creación del ISSSTE, el libro de texto gratuito, pero también fue intolerante con el movimiento ferrocarrilero de 1958, así como el magisterial de 1959. Vivió la 'Guerra Fría' en América, la revolución cubana y la simpatía de Cárdenas a todo esto, quien en sus apuntes personales anotó "Dice López Mateos '¿Salir libres Valentín Campa y Vallejo, para qué, para que sigan agitando?'. Comprendí que al problema ferrocarrilero lo ve el Presidente con otras raíces, ajeno al conflicto, no insistí" (Cárdenas, 1986 : 57).

A pesar de las diferencias, el régimen se mantenía en orden y pocas veces se manifestaban desacuerdos, haciendo de esa cualidad otro de los secretos del Sistema Político Mexicano. Frente a una década compleja llena de guerras de liberación, movimientos estudiantiles en el mundo y Fidel Castro así como el Che Guevara como símbolos de rebeldía, el PRI designó como su candidato a la Presidencia al Secretario de Gobernación, Gustavo Díaz Ordaz quien tomó protesta el 17 de Noviembre de 1963 en el Estadio Olímpico y sostuvo que "Soy hombre que nació en la Revolución y a ella me debo, y ahora trato de ser su abanderado, digan que la Revolución fue hecha para todos, y su bandera pertenece al pueblo, sin excepciones. Pero no permitiremos que a su sombra, se establezcan nuevas castas privilegiadas" (Ibidem : 44).

Hay quien señala que con Díaz Ordaz se acaba una etapa del discurso de la Revolución: será el último Presidente que llegue al poder después de haber ocupado cargos de elección popular, de Cárdenas a él habían sido Gobernadores de su Estado, Senadores o Diputados Federales y más tarde se habían incorporado a la Administración Pública, habrían hecho estudios en el país y la mayoría en la UNAM.

Con él se daría el último gran reparto agrario, pero también se llevaría a cabo un conflicto entre el Estado y los estudiantes de la Universidad. Los sucesos del 2 de Octubre de 1968 fue el inicio del cuestionamiento del discurso y viabilidad de la Revolución Mexicana. Después de dicho conflicto la relación entre el Gobierno y la

sociedad civil ya no fue la misma. El Estado miró desde entonces como un posible opositor a las Universidades públicas, y le tocaría a Luis Echeverría Álvarez intentar restablecer el discurso populista al apoyar un nuevo sindicalismo independiente, fomentar un cine nacional crítico, allegarse de intelectuales de la talla de Carlos Fuentes y Ricardo Garibay, sin embargo era un contexto distinto, Europa y Asia volvían a ser competitivos, por lo tanto la inversión fluía a esos países, la industria y la tecnología rompían fronteras. El 9 de Noviembre de 1969 en el Palacio de los Deportes quien fuera Secretario de Gobernación, y por ende compartía responsabilidad en el Gobierno de Díaz Ordaz articuló un discurso populista y sostuvo "Soy y siempre he sido hombre de partido. Nunca he dejado de militar en las filas de la Revolución. Ya lo hemos dicho y este es el mejor momento para destacarlo: La Revolución Mexicana, la Constitución de 1917 no apuntan a la derecha, a la izquierda o al centro, sino arriba y adelante, el verdadero desarrollo se alcanza vigorizando el mercado interno, queremos empresarios nacionalistas no especuladores, defendemos el ejido y la reforma agraria y decimos que la Revolución no ha terminado. Sin la Revolución no seríamos sino una especulación de gabinete" (Ibidem : 57).

Su acercamiento a las organizaciones campesinas de reciente formación, y el llamado nuevo sindicalismo, así como sus expresadas simpatías a los Gobiernos socialistas de Cuba y de Chile y sus pretensiones de expropiar y culpar bienes de empresarios nacionales, le acarrió una enemistad con el sector capitalista. Los movimientos guerrilleros de Genaro Vázquez, Lucio Cabañas y la Liga 23 de Septiembre denotaban una extinción del discurso de la Revolución como promesa de cambio. La severa devaluación monetaria en el último año de su mandato inició una serie de crisis económicas que hasta la fecha aquejan al país.

Echeverría, una nueva etapa en la historia del discurso de la Revolución, a partir de entonces los próximos Presidentes de la República hasta Ernesto Zedillo jamás ocuparon un puesto de elección popular, habrían ascendido a la primera magistratura a través de la burocracia y con estudios de postgrado en el

extranjero. Así Echeverría cede el mando a su Secretario de Hacienda y amigo personal, José López Portillo, quien haría de la Planeación y del Presupuesto las nuevas herramientas políticas. El 5 de octubre de 1975 en el Palacio de los Deportes tomaba protesta como candidato a la Presidencia, 'El último Presidente de la Revolución', como él mismo se definió "Soy de origen clase mediero. Hijo de un militar modesto, empleado público e intelectual. Fui educado en las Escuelas de la Revolución, supe de penurias. Mi madre alargaba milagrosamente el salario de los dos empleos de mi padre. Pertenezco a una generación que, cuando tuvo que manifestarse en la calle, fue a favor de la Expropiación Petrolera. Así se entiende mi vocación revolucionaria. El Estado tiene la responsabilidad de crear los empleos necesarios, la solución somos todos" (Ibidem : 63).

Su gobierno, sería efectivamente el último del siglo, que apostó a crear un Estado enorme y comprometido con el desarrollo. Los movimientos armados y naciescentes organizaciones, que más tarde se transformarían en Partidos Políticos, y la astucia de su Secretario de Gobernación, Jesús Reyes Heróles, promoverían una nueva ley electoral, que reconocería a la izquierda. A partir de entonces, aunado a un nuevo escenario internacional, se llegaría al fin del discurso de la revolución.

C. 1982 – 1994: Crisis Económica y Deslegitimación de la Clase Política.

Durante esa etapa histórica (1976 – 1982), se pensó que los instrumentos de la Planificación y Planeación Socialistas, adaptados a la realidad de países en vías de desarrollo, sería la clave para controlar un nuevo fenómeno económico y social que se volvería recurrente hasta nuestras fechas : La Inflación.

Los organismos financieros internacionales, se convirtieron en un obstáculo al condicionar los préstamos monetarios, pues al país deudor se le imponía la firma de una 'Carta de Intención', misma que comprometía a que en un futuro próximo: se reduciría el aparato gubernamental, se restringiría el empleo y se pondría en

ocasiones, a la ley de la oferta y demanda el precio de muchos productos. Ello, aplicado en un país organizado de tal manera que el Estado era el principal promotor y actor del desarrollo como México, sin duda alguna, erosionaría no sólo las instituciones políticas y económicas entonces prevaletentes; también extinguirían el discurso político que durante más de 60 años había mantenido en el poder a un Partido de Estado como el PRI y su relación con las centrales obrero – campesinas. Desde entonces el problema de la deuda externa, el control de la inflación, los recortes presupuestales y el desempleo serían las variables que desaparecerían de un nuevo discurso que hablaba de 'Modernizar al Estado'.

Los nuevos integrantes de la clase política, quienes estarían llamados a enfrentar estos escenarios, serían hombres con especialidad económica, preparados en las principales Universidades del mundo, con otra óptica ya no política; sino financiera del manejo del Estado. Miguel de la Madrid titular de la recién creada Secretaría de Programación y Presupuesto, sería el encargado de terminar con lo que ya se sospechaba anacrónico y de empezar un proceso que traería enormes costos sociales.

'La Prueba básica de Miguel de la Madrid fue la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo 1980 – 1982', declaró López Portillo a Jorge G. Castañeda.

En ese mismo libro, De la Madrid confirmó que " Cuando me dan la cartera de Programación y Presupuesto, sabía que era una gran oportunidad, ya dos secretarios no habían podido realizar el proyecto de López Portillo. 'Si yo sigo el proyecto de la Secretaría, mis posibilidades van a aumentar', pensé. Así que reunido con mi equipo de trabajo les dije ' Señores es el trabajo el que nos va a llevar o no a la Presidencia, discreción, no quiero ataques a mis competidores, ayúdenme a crear un ambiente sano" (Castañeda : 250).

El discurso no era pensado para ganar legitimidad entre las masas, ni para beneficiarlas; ahora los fines eran el cálculo económico y el control de la inflación

a toda costa, y se pensó en la austeridad de los programas de asistencia social, así como en la suspensión de la obra pública. Por ello, se eligió a De la Madrid y el 11 de Octubre de 1981, en el Palacio de los Deportes, y allí cambió para siempre el discurso político de la revolución "Vamos a emprender con entusiasmo lo que he llamado la nueva campaña de la Revolución Mexicana" (Ibidem : 78)

A un año con la nacionalización bancaria, los ánimos se encendieron, los empresarios desconfiaron y sacaron sus dólares. De la Madrid al tomar protesta ya como Presidente del país advirtió "Estoy consciente que llego al poder en una de las etapas más difíciles de la historia universal contemporánea". (SPP, 1983 : 4).

El panorama económico nacional era un caos: la inflación en ese 1982 llegó al 98%, el PIB no creció ni el 0.5 %, México era el primer país endeudado del mundo, su saldo era de 110 mil millones de dólares. Para todo ello, el nuevo Ejecutivo se propuso cuatro objetivos económicos a cumplir (PND 1982 – 1988 : 13).

1. Conservar y fortalecer a las Instituciones democráticas del país.
2. Vencer la crisis económica.
3. Recuperar la capacidad de crecimiento.
4. Inicio de cambios cualitativos que el país requería en sus estructuras económicas, políticas y sociales.

La privatización, liquidación, desaparición y fusión de empresas públicas eran las herramientas que el otrora Estado interventor y una Administración Pública Populista habían edificado en base al discurso de la revolución. Si con López Portillo existían 1,155 con De la Madrid, sólo quedarían 750, entre ellas se privatizaron las casas de bolsa, piezas clave en el sistema financiero del país. La llamada 'Modernización' del Estado era la herramienta que extinguió al Estado de la Revolución Mexicana.

Más tarde los estragos de la crisis económica y su austeridad, así como los sismos de Septiembre de 1985, que mostraron la corrupción e ineficiencia de las autoridades en materia de construcción, propiciaron movilizaciones y organizaciones para enfrentar el dilema que representa haberse quedado sin casa y con algunos muertos en ella. El patrimonio de miles de habitantes de la ciudad capital quedó en ruinas, y obligó a éstos a encontrar formas de reclamo, el colectivo social se organizó, exigió y pasó la nota de los saldos, al momento mismo de las elecciones presidenciales de 1988.

Una corriente de opinión nació en el seno del PRI, encabezada por Cuauhtémoc Cárdenas, hijo del General y ex gobernador de Michoacán, Porfirio Muñoz Ledo, ex presidente del CEN del PRI, Rodolfo González Guevara cuestionaron la dominación Presidencial de elección del Candidato del Partido. Por primera vez en años, se hacía pública una manifestación de inconformidad dentro de la Clase Política Mexicana.

'La Corriente Democrática' en voz de sus protagonistas, argumentaban, que desde 1982, el proyecto político y económico de la revolución se había trastocado, y una élite tecnócrata, era quien sin visión ni estimación del pasado imponía al pueblo una modernidad que extinguía el bienestar social, que tanto habían defendido lo mismo Lázaro Cárdenas, que López Mateos o Díaz Ordaz.

"Como miembros del PRI nuestro candidato es el que postule el PRI, no somos un Partido Político, somos una corriente de opinión, y el problema no es de personas: sino de proyectos, el nuestro es el de la revolución, el de ellos, el que sugiere el Fondo Monetario Internacional" (Muñoz Ledo, 1989 : 67).

Daniel Cosío Villegas en su obra 'El Sistema Político Mexicano' había comentado que 'Si alguna vez surgiera un partido que pusiera en entredicho al PRI, sería a partir de un desgajamiento del Partido y no algo ajeno a él'.
(1972 ; 54)

El PRI y su Presidente Jorge de la Vega Domínguez expulsaron a los integrantes de esa corriente de opinión, y lo que se pensaba una solución, pronto se revitalizó y tomó otros cauces. En torno a Cárdenas, el Partido Popular Socialista – PPS -, el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana – PARM -, el Partido Socialista de los Trabajadores – PST - y otras organizaciones de izquierda se aglutinaron y lo lanzaron como candidato a la Presidencia; se creó entonces el llamado Frente Democrático Nacional – FDN - .

En respuesta, el Presidente de la Madrid, y el PRI realizaron una selección del candidato, a ella acudieron a la sede del tricolor:

- 1.- Ramón Aguirre Regente del D.F.
- 2.- Manuel Bartlett Secretario de Gobernación
- 3.- Alfredo del Mazo Secretario de Energía, Minas e Industria Paraestatal
- 4.- Miguel González Avelar Secretario de Educación Pública
- 5.- Carlos Salinas Secretario de Programación y Presupuesto

Al final, la designación recayó en Salinas porque decía De la Madrid "Había sido un buen Secretario, era un continuador de mi política económica, no había duda de ello. Dicha decisión me dolió, pues yo tenía una mayor amistad con Del Mazo, pues era mi compadre" (Ibidem : 212).

Así el 8 de noviembre de 1987, en la explanada 'Benito Juárez' de la sede nacional del PRI, Carlos Salinas expresó "Iniciaremos una nueva campaña de la Revolución Mexicana sobre bases diferentes, el gran instrumento modernizador de México será la política. Mucho hemos aprendido de las ineficiencias que genera una protección excesiva en el funcionamiento del aparato productivo, de los intentos por progresar sin bases firmes por la vía de una intervención estatal indiscriminada" (Ibidem : III).

Los resultados electorales no fueron halagüeños para el PRI, quien esperaba más de 20 millones de votos. El domingo 6 de Julio, la votación fue masiva y las secuelas de la modernización inmediatas. Por la noche de ese día, se esperaban resultados preliminares, todo indicaba una tendencia favorable a Cárdenas, cuando misteriosamente, Manuel Bartlett en su calidad de Presidente del Colegio Electoral, anunció fallas en el sistema de información y conteo de votos, 'Se cayó el Sistema' se dijo y se suspendió toda información al respecto.

El miércoles 13 de Julio se dio a conocer el fallo definitivo de la jornada electoral: Salinas del PRI 10 millones de votos, Cárdenas del FDN 5 y Clouhtier del PAN con 3 millones. Había suspicacias por el resultado, y por primera vez en la historia contemporánea del Congreso, el PRI no era mayoría, la oposición tenía el 50 %. ¿Qué había pasado?

El Congreso de la Unión ratificó a Salinas con apenas 263 votos a favor, 237 lo hicieron en contra. La maquinaria del PRI, había demostrado su ineficiencia, era un secreto a voces la simpatía que el líder petrolero, Joaquín Hernández Galicia 'La Quina' hacia Cárdenas. Ya Fidel Velázquez y su séquito corporativo denotaban un anacronismo real en sus procedimientos y control políticos. Así Salinas empieza su gobierno, rompiendo esos viejos lazos entre el Estado y el Sector Obrero, en los primeros días de 1989, la Procuraduría General de la República en colaboración con el Ejército mexicano, entran a la casa de la 'Quina', acusándolo de acopio de armas y por el asesinato de un Ministerio Público que falleció cuando su escolta disparo a los elementos judiciales.

Dicha acción fue la puntilla que acabó con la relación que tantos frutos dio al discurso de la revolución mexicana. Salinas, *"Reformar al Estado no es variar el contenido político de nuestra Constitución, es recobrar su viabilidad en el presente. Reformar al Estado sí supone modificar doctrinas y hábitos de pensamiento y acción propios del momento y circunstancias pasadas de la sociedad mexicana y el mundo. El Estado recurrió a diversos instrumentos:*

nacionalizaciones, creación de empresas públicas, proteccionismos, pero hoy se impone una nueva estrategia y el uso de diferentes instrumentos. La participación del Estado en la estructura nacional cumplió, en lo fundamental su cometido”

(Nexos, 1989 : 30).

El discurso era que México debía integrarse a los cambios internacionales, de no hacerlo nuestro atraso como país sería inevitable. La Modernización o Reforma del Estado se impuso desde arriba, se acabó por decreto con la ideología populista de un Estado que así había funcionado y permanecido. En una última propuesta de populismo, Salinas puso en marcha el Programa Nacional de Solidaridad – PRONASOL- que atendía los reclamos ciudadanos de las zonas más marginadas del país, pero aplicando una nueva fórmula, estudiada y sugerida en su Tesis Doctoral ‘ Producción y Participación en el Campo’ (1986). La cuál sugería que el sistema tendría mayor apoyo de la población, si aquél lo hacía participe de las obras que se requerían. Una especie híbrida de Políticas Públicas, le redituó en 1991 al Presidente la legitimidad pérdida, cuando de nuevo el Congreso fue del PRI.

Los recursos de las privatizaciones se canalizaban al pago de la deuda externa y a PRONASOL, la interrogante siempre fue ¿y cuando ya no haya dinero?

La vieja estructura priísta no miraba con buenos ojos, la modernización o reforma del Estado. Salinas modificó los artículos 3º en su monopolio de la educación pública por parte del Estado, y reconocía la existencia y participación de la educación religiosa sin trabas, el 27º en el rubro de prohibir la comercialización del Ejido, ahora se legalizaba la venta de tierras ejidales y el artículo 130 reconoció la personalidad jurídica de la Iglesia y privilegió a la católica con la visita de Juan Pablo II a nuestro país.

Con esto quedaban más que pulverizados los cimientos ideológicos y discursivos de la revolución mexicana. Hoy el nuevo discurso no se hacía dueño de la verdad,

se ventilaba y satanizaba el pasado. El PRI perdió una primera gobernatura, Baja California y el Presidente prefirió la negociación con el partido conservador, que aceptar ciertos resultados que favorecían a la oposición de izquierda – El FDN se había extinguido, y con lo que quedó se formó el Partido de la Revolución Democrática (PRD) -.

“El pluralismo desapareció la idea de proyecto nacional y también se arrasó con la imagen de la revolución mexicana, en el último año, no sé quién haya hablado de ella, seguramente nadie, debido a la presencia de la aparición del pluralismo. Ya no hay un solo proyecto nacional, sino varios, ya no existe una sola visión de México sino muchas, ya no hay un solo discurso político” (Ibidem : 45).

Salinas, no entendió todo esto, y apostando todo a PRONASOL, designó como Candidato a la Presidencia a Luis Donald Colosio, ex presidente del CEN del PRI y titular de la entonces Secretaría de Desarrollo Social. La cual se encargaba de administrar los recursos hacia solidaridad. La eliminación del partido no era garantía que las fuerzas políticas del viejo régimen estuvieran de acuerdo con el proyecto salinista.

La carrera política de Colosio había ido desde Oficial Mayor, Diputado Federal, Senador de su Estado, Coordinador de Campaña en 1988, Líder del PRI y finalmente Secretario de Estado. Se pretendía retomar la idea de que el Presidente de la República tenía que ser un político de verdad. Sin embargo, el partido bajo el mandato de Colosio ‘se la jugó por la democracia’ aceptando el triunfo del PAN en varias entidades del país. Como candidato a la Presidencia el sonorenses tenía poco que ofrecer, quizás el único discurso importante de su carrera política fue el pronunciado el 4 de Marzo de 1994 donde de nuevo se apropió ‘de la reforma del poder’ y criticó la forma antigua de hacer política “Nacimos como un partido de Estado, no había históricamente otra alternativa. Pero es hora de reformar el poder, es la hora de la democracia” (1994 : 41).

Irónicamente la tecnocracia gobernante en pleno auge democrático, pretendía ser la abanderada del cambio. Y de igual forma Colosio resaltaba los pocos avances en materia social y económica de los últimos dos sexenios "Yo veo un México con hambre y sed de justicia, un México agobiado, veo las arrogancias de las oficinas de Gobierno" (Ibid).

Manuel Camacho y Enrique Krauze han manifestado que si el régimen político nació como producto de una crisis en la sucesión Presidencial, con la muerte en 1928 de Álvaro Obregón, el deceso de Colosio significó también el fin del Sistema Político Mexicano. La llegada accidentada de Ernesto Zedillo así como el surgimiento en Enero de 1994, del Ejército Zapatista de Liberación Nacional – EZLN- destruyeron en su totalidad al partido de Estado.

A pesar de que Zedillo obtuvo el triunfo total en las elecciones presidenciales de 1994. El añejo presidencialismo ya no fue el mismo, años más tarde moría Fidel Velázquez y Emilio Azcárraga Milmo, y desde el primer momento Zedillo se propuso 'acotar el presidencialismo y no intervenir en la vida interna del PRI'.

En el 66º Aniversario del partido fue tajante "El Presidente de la República no debe tener ni ejercer atribuciones que la Constitución no le reconoce, no existe justificación para que la Presidencia sea autoritaria. Hoy reitero mi firme determinación de no intervenir en las decisiones de mi partido, así he actuado desde el inicio de mi Gobierno y así lo seguiré haciendo" (2001 : 40).

Siempre habló que el objetivo principal de su mandato era controlar la inflación, para que el nuevo Presidente del país gobernará sin problemas. El 4 de Marzo de 1999, un año antes de la elección Presidencial del 2000 sus palabras se harían realidad y con ellas se acabaría por fin el discurso de la Revolución Mexicana sustentado por un Presidente del partido oficial "Hoy reitero con absoluta claridad que yo no designaré al Candidato del PRI a la Presidencia del país" (Jornada : 24).

Referencias Bibliográficas.

1. Córdova, Arnaldo (1972), La ideología de la Revolución Mexicana, México : Era
2. Idid :35
3. Saldivar, Américo (1980), La Ideología del estado Mexicano: 1970-1976, México : Siglo XXI
4. Leal, Juan Felipe (1972), El Estado y la Burguesía en México, México : Caballito
5. Gilly, Adolfo (1974), La Revolución Interrumpida, México : Caballito
6. PRI (1972), Análisis Ideológico de la Revolución Mexicana: 1910-1971, México : PRI
7. Ross, Stanley (1972), ¿Ha Muerto la revolución Mexicana?, México: SEP
8. Foucault, Michel (1980), El Orden del Discurso, México : Siglo XXI
9. Cosío Villegas, Daniel (1980), Notas y Apuntes, México : Hermes
10. Stanley, Ibidem : 136
11. Jitrik, Noé, (1993), El Discurso Político en México, México : UNAM
12. PRI, Ibidem : 40
13. Díaz González, Luis (1990), La Formación de la Superestructura en México, México : IEHRM
14. Careaga, Gabriel (1981), Erotismo, Violencia y Política en el Cine, México : Joaquín Motriz
15. PRI, (1990), Si protesta, México : ICAP
16. Santos N., Gonzalo (1984), Memorias, México : Grijalbo
17. PRI, Ibidem : 30
18. Krauze, Enrique (1998), La Presidencia Imperial, México : Tusquets
19. PRI, (1987), Discursos, México : PRI
20. Ibid : 22
21. Alemán, Miguel (1992), Ruiz Cortines – Una Biografía -, México . Grijalbo
22. PRI, Ibidem . 30
23. Cárdenas, Lázaro (1986), Apuntes T. III, México : UNAM

24. PRI. *Ibidem* : 34
25. *Ibid* : 57
26. *Ibid* : 66
27. Castañeda, Jorge (1999), *La Herencia*, México : Alfaguara
28. *Ibid* :78
29. SPP (1983), *Plan Nacional de Desarrollo 1982-1988*, México : SPP
30. Muñoz Ledo, Porfirio (1989), *Compromisos*, México : Posada
31. Cosío Villegas, Daniel (1972), *El Sistema Político Mexicano*, México : Joaquín Mortiz
32. Castañeda, *Op Cit* : 212
33. PRI, *Ibidem* : III
34. Nexos (1989), *Reformando al Estado*, México : 30
35. Jitrik, *Ibidem* : III
36. Colosio, Luis Donald (1994), *Discursos*, México : PRI
37. *Ibid*
38. PRI (2001), *Discursos de Ernesto Zedillo*, México : PRI
39. La Jornada (1999), *Zedillo aclaró que no intervendrá en la Sucesión Presidencial*, México

CAPÍTULO II: MARKETING POLÍTICO: LA POLÍTICA COMO ESPECTÁCULO (1994-2000)

A. El Neoliberalismo y La Ciudadanización del Poder Estatal: Algunas Interpretaciones Críticas del Deterioro del Discurso Político en México.

Como hemos visto, con Díaz Ordaz se acaba un ciclo en la Clase Política Mexicana. Echeverría y sus sucesores habrían de llegar a la Presidencia a través de la burocracia; ello propiciaría un alejamiento y desconocimiento de la realidad nacional. Por otro lado, el partido oficial difícilmente permitía una renovación en su dirigencia nacional; sobretodo en el ámbito sindical. Fidel Velázquez y su sequito jamás pensaron en que el tiempo terminaría por extinguirlos.

El discurso populista de Echeverría de apoyar a un nuevo sindicalismo independiente, su acercamiento a los Gobiernos de izquierda – Cuba y Chile -, y sus continuas insinuaciones sobre '*los malos mexicanos*' en alusión a los empresarios, o los '*riquillos vende patrias*', lo único que ocasionaron, fue la organización del capital. En 1975 nace el Consejo Coordinador Empresarial que desde entonces tuvo como fundamento criticar la presencia del Estado en la economía, Eloy Vallina, líder del grupo 'Celulosa Chihuahua' comentaba entonces "México hoy reclama un nuevo tipo de empresario, el Estado sabe que necesita de nosotros, y también sabemos que necesitamos de su colaboración. Es hora de reducir al Estado en la economía" (CCE, 1977 : 82).

Más tarde con el surgimiento de movimientos armados durante el Gobierno de López Portillo, y la creciente expansión del Estado a través de la Administración Pública, terminaría por agudizar más el distanciamiento entre el capital y la Clase Política. El Presidente se obsesionó en asignar a la nueva Secretaría de Programación y Presupuesto la tarea de elaborar un plan nacional, similar y de más alcance que el llamado 'Sexenal' elaborado por Lázaro Cárdenas en 1934.

Lo que antes realizaba El Instituto de Estudios Políticos Económicos y Sociales del CEN del PRI – IEPES – ahora lo llevaba a cabo un grupo de jóvenes economistas, en su mayoría egresados de Universidades extranjeras, carentes de la visión política necesaria para no afectar las políticas de bienestar social al intentar combatir la inflación; que desde entonces era ya una recurrente.

La nacionalización bancaria de 1982, más que unificar a la nación, terminó enfrentando dos proyectos: uno que descansaba en el discurso de la Revolución Mexicana, llamado Nacionalista por los expertos y otro, que buscaba adaptarse a las nuevas tendencias económicas de Inglaterra, Norteamérica y Francia. Y que teóricamente, Milton Friedman en Chicago propuso, y más tarde el Fondo Monetario Internacional –FMI–, instaló en Chile. Irónicamente López Portillo que se llamó asimismo 'el último Presidente de la Revolución', propició el crecimiento y fortalecimiento de la tecnocracia en el país.

Miguel de la Madrid representó la ambigüedad de ese tránsito, de ese paso de una época a otra. Abogado de formación, admirador de Morelos; pero igualmente representó al primer Presidente mexicano preparado en Harvard. Lo primero que realizó al llegar a la primera magistratura fue dismantelar la nacionalización bancaria. Creando las llamadas 'Sociedades Nacionales de Crédito' lo que permitía a los ex banqueros participar en el consejo de administración de cada entidad, con voz y voto. Y desincorporo las casas de bolsa que al final sustituyeron a la antigua banca.

Desde entonces en ningún evento público se volvió a mencionar a la Revolución Mexicana. Su política de austeridad y privatización de empresas públicas, pronto se reflejaron en el desempleo masivo, fue el precursor de integrar a México al comercio internacional, al proponer al país como integrante del GATT en 1984. Algunos fenómenos sociales pronto hicieron acto de presencia: El comercio ambulante, los tragafuegos, los niños de la calle y el aumento del narcotráfico.

La explosión ocurrida el 19 de noviembre de 1984, en el barrio de San Juanico y los sismos del 19 y 20 de Septiembre de 1985 marcarían también un nuevo rumbo en la historia del país. El primero, porque demostraba los conflictos y antipatías del Sindicato Petrolero, encabezado por Joaquín Hernández Galicia 'La Quina' y el grupo de la SPP que lideraba Carlos Salinas, Ernesto Zedillo y Luis Donaldo Colosio. Según el Historiador Enrique Krauze (1998) la explosión fue provocada por el Sindicato como una respuesta a los recortes presupuestales y asignación de contratos que PEMEX por órdenes de la SPP aplicaba al gremio.

Esto sería confirmado más tarde por de la Madrid quién declaró "El Sindicato Petrolero, y 'La Quina' no quería que fuera Salinas el Próximo Presidente, le tenía miedo" (Castañeda, 1999 : 300).

El segundo acontecimiento no sólo arrojó, miles de muertos, y damnificados; también obligó a una organización inmediata y eficaz de la sociedad para exigir la pronta reconstrucción de viviendas en la ciudad de México. A partir de entonces, se miró con desconfianza al PRI y a cualquier otro partido político que se acercaba a ellos, para gestionar la solución al problema.

En sus memorias de la Madrid minimiza el hecho "La intensidad de la tragedia es insoslayable. Sin embargo, hubo amarillismo en los medios de comunicación, particularmente de Televisa y, sobretodo por parte de Zabludovsky. Las repetidas imágenes de los muertos, los heridos y el entierro colectivo fueron, sin lugar a dudas, una exhibición de morbo que estuvo coloreada por un tinte antigubernamental" (2004 : 357).

Frente a la austeridad, desempleo y nula obra pública por parte del Gobierno Federal, la otrora sociedad corporatizada, terminó fraccionándose en diversos segmentos, que no por estar divididos, dejaron de estar unidos y organizados: las costureras de Tlalpan fueron el primer grupo en movilizarse y exigir mejores condiciones laborales, pero lejos de cualquier partido político. Más tarde, las

organizaciones de colonos y damnificados, cuyo símbolo lo fue 'Súper Barrio'. En respuesta el Gobierno Federal creó la Asamblea de Representantes del D.F en dicho espacio podrían estar los representantes de estos movimientos, sin capacidad de legislar ni de actuar frente al llamado Regente de la ciudad, quien era nombrado por el Presidente de la República.

No fue casual el surgimiento de organizaciones ciudadanas, que lo mismo defendían los derechos de las entonces llamadas 'Sexoservidoras' o de la comunidad 'Gay', ancianos, personas con capacidades especiales, y todo el universo de conglomerados sociales, que hasta entonces eran ignorados por los partidos políticos o por la ley.

Para algunos teóricos como César Cansino (1997: 212), la llamada 'Sociedad Civil' reflejaba en gran parte:

1. La crisis de los partidos políticos, y su dificultad para representar y organizar los diversos intereses sociales.
2. El alejamiento del Estado Mexicano de sus políticas sociales, trajo como consecuencia el surgimiento de nuevos actores y movimientos sociales. Fue la respuesta inmediata de la extinción del proyecto de la Revolución Mexicana.
3. Llegaba a su fin el viejo corporativismo, la política clientelar y las fórmulas de gestión del partido de Estado.
4. Nació un serio cuestionamiento colectivo hacia los políticos y la política por su corrupción, negligencia y nepotismo.

5. Los compromisos y áreas que anteriormente eran propios del Estado habían sido abandonados y dejados a las fuerzas del mercado, espacio por esencia antidemocrático.

En nuestro país, dichas agrupaciones y colectivos ciudadanos se denominaron, 'Organizaciones No Gubernamentales' –ONGs-; para diferenciarse de lo que antes era la sociedad civil en su significado clásico. Hasta la fecha la Ciencia Política y la Sociología no han encontrado todavía un término que unifique y describa ese fenómeno ciudadano que emergió después del desmantelamiento estatal y el abandono de los programas sociales defendidos por la Revolución.

Sin embargo, podemos mencionar algunas características que nos ayuden a entender su funcionamiento y estructura:

1. La sociedad civil está diversificada, no es homogénea y sus intereses son tan vastos que es difícil capturar sus demandas en la agenda nacional. Esto ha servido para un sustento teórico de las llamadas Políticas Públicas, que centran en las quejas ciudadanas las posibles soluciones de un buen Gobierno.
2. Ello, no le exime de actuar dentro de un marco legal, y en relación a instituciones y espacios públicos. Esto, ha dado origen a que muchas ONG'S sean simples colectivos satelitales de los partidos políticos.
3. A partir de su existencia, se sustenta y exige una democratización legítima y participativa de la ciudadanía en el proceso electoral, decisiones de Gobierno, rendición de cuentas y transparencia.
4. Podemos decir, que la llamada sociedad civil es un efecto del neoliberalismo. De ahí entonces, que se promueva un nuevo discurso que desconfía de las propuestas Gubernamentales orientadas al bienestar

social, se ha fortalecido la creencia de que es posible 'La ciudadanía del Poder o del Estado'. Lo que sin duda, contrasta por lo analizado y sugerido por la Ciencia Política, quien planteaba una división necesaria entre el Estado y el ámbito privado.

Esto, lejos de unificar a la población bajo un mismo proyecto, ha tenido como consecuencia la propia dispersión y desaparición de la idea de un único proyecto nacional y en cambio ha alimentado la tesis del respeto a las minorías y la propagación de discursos que defienden el individualismo. Lo que sin duda, agudiza los desacuerdos y genera la ingobernabilidad.

El discurso de la modernidad planteado y sugerido por el grupo gobernante desde 1982, no sólo mostró '*Una Disputa por la Nación*', como lo señalaron Carlos Tello y Rolando Cordera (1983). Dos proyectos han marcado la vida de nuestro país en el siglo XX: un nacionalista, sustentado en los ideales de la Revolución, y otro neoliberal, que representa todo lo contrario a lo que México estaba acostumbrado a vivir.

La modernidad del Estado Mexicano olvidó que la vida estatal tiene sus raíces en la historia misma. En ese sentido "*Nuestra modernidad se postuló como un principio negador de todo lo anterior a él; y partía prácticamente de cero : era, en síntesis, un olvido, una desmemoria, una liquidación tajante del pasado. Por eso no resulta exagerado decir que se trató de un conjunto de decisiones contrarrevolucionarias, en el sentido que negaron y 'refutaron' los principios y el pacto social surgido de la Revolución Mexicana*" (Flores Olea, 1997: 41).

Para Adolfo Gilly, '*Nuestra Caída a la Modernidad*' (1988) consistió en la lucha por imponer uno de los dos proyectos, unos eran los políticos de la nueva racionalidad capitalista, expresada en la modernidad, y los otros eran los hombres de la política tradicional corporativa, que nacieron con Obregón, Cárdenas,

Alcán y Díaz Ordaz. Para Gilly ambos bandos eran 'políticos', nunca tecnócratas.

La transformación del Estado, Sistema y Régimen eran necesarias, como ya lo he analizado, es decir; el modo de dominación imperante hasta entonces, que representaba un elemento básico de cohesión social. Por lo tanto, el modo de gobernar y de ser gobernados demandaba una renovación y transformación del discurso político. El problema estribaba en saber cuál era la reestructuración, quién la realizaría, cómo se llevaría a cabo, y en beneficio de quién. Comentaba Gilly "El viejo pacto social está hecho jirones, desgarrado por todos los costados, pero no hay lugar para uno nuevo. Hay sólo una ofensiva del capital, bajo la forma de desocupación, bajos salarios, asalto contra los contratos colectivos, ruptura de las conquistas laborales y precariedad de la existencia del trabajador y de su familia en todos los órdenes" (1988 : 44).

Así, la modernidad del Estado Mexicano vino a marcar el fin de una época de prosperidad y seguridad laboral. Existían tres alternativas: asumir como inevitable este proceso modernizador, sufrirlo en sus estragos y efectos económicos y criticarlo en defensa del pasado; y por último quizás, resistir y proponer otra modernidad.

En contraste, algunos intelectuales cercanos al poder sostenían que "No sé si la modernidad es una bendición, una maldición o las dos cosas. Sé que es un destino: sí México quiere ser tendrá que ser moderno. Modernizar no es copiar sino adaptar, injertar y no transplantar" (Paz, 1990 : 58).

Más tarde, los llamados representantes ciudadanos, terminarían en puestos de poder reproduciendo los mismos vicios de la añeja clase política. Inconsistente y variable, de la Madrid pretendió modernizar al Estado, no así las reglas políticas del Presidencialismo. El mismo comenta cómo eligió a Carlos Salinas, como candidato a la Presidencia "Después de felicitar a los integrantes del CEN del PRI,

opine que la persona más adecuada era Salinas; después les pedí expusieran sus puntos de vista sobre los otros candidatos. Todos fueron tomando la palabra y cada uno de ellos apoyó mi propuesta. Yo estaba preparado por si alguien objetaba algo, eso no ocurrió y Salinas salió candidato" (2004: 754).

Dicha decisión aceleraría las pugnas en el seno de la Clase Política, el surgimiento de la llamada Corriente Crítica, encabezada por Cuauhtémoc Cárdenas, Porfirio Muñoz Ledo y otros priistas protagonizarían la disputa por la nación de la que ya se había hablado antes. La pregunta a responder era "¿La democratización del PRI era la vía para que la democracia llegara a México?" (Garrido, 1993 : 61).

B. La Crisis de lo Público y la Política: Efectos en el Electorado.

Las elecciones Presidenciales de 1988 fueron en realidad una disputa entre el pasado y la modernidad; entre quienes deseaban imponer y otros que resistían los efectos sociales del desmantelamiento del Estado. La forma autoritaria y antidemocrática de boicotear los mensajes e imágenes del candidato del llamado Frente Democrático Nacional no tiene parangón en la historia moderna del país.

Se comenzó con una modernidad económica, pero en lo político se recurrió al fraude. El propio PRI nunca tuvo conciencia que ello, minaría su presencia. La gran movilización ciudadana que despertó el gran movimiento neocardenista recordaba un pasado y discurso revolucionarios "Esos recuerdos se entretrejen como memoria colectiva, están referidos a experiencias históricas vividas o asimiladas a través de lo que dijeron los padres o los abuelos. Es la Revolución Mexicana, es el Gobierno de Lázaro Cárdenas. Son recuerdos envueltos en los mitos, las creencias y los valores compartidos por los de abajo" (Gilly, 1989 : 13).

El recuerdo del Gobierno de Lázaro Cárdenas como 'Un Gobierno de pobres', caló los sentimientos "Cuando su papá fue Presidente, mi papá también fue Cardenista de hueso colorado" (Ibid : 30).

Salinas triunfó, con 10 millones de votos, Cárdenas alcanzó 5 millones de sufragios, el Congreso de la Unión transformado en colegio electoral avaló al nuevo Presidente con 263 votos – 260 del PRI y 3 del PST – por primera vez en la historia el partido oficial compartía la mitad de las diputaciones federales. El discurso modernizador cobró sus primeros saldos negativos, frente al carisma y pasado de un candidato que no hizo sino defender el discurso de la Revolución Mexicana.

La tesis de Cosío Villegas se hacía realidad "Si alguna vez surgiera un partido que pusiera en entredicho al PRI, sería a partir de un desgajamiento de él mismo, y no algo ajeno" (1980 : 72).

Meses después del ascenso de Salinas se llevó a cabo un acto que sin duda deja entrever el temor de saber que la supuesta 'caída del sistema' del conteo de votos fue una farsa. A iniciativa del PRI y apoyada por el líder de la Bancada Panista, Diego Fernández; se procedió a quemar los millones de boletas electorales que hubiesen sido un fiel testimonio del supuesto triunfo de Cárdenas.

El discurso político y económico de la ahora llamada 'Reforma del Estado' no inventaba nada bueno, ni siquiera proponía algo distinto a lo llevado a cabo por el Gobierno anterior. Salinas con PRONASOL intentó recuperar la legitimidad perdida, lo logro en lo inmediato, acercó la figura Presidencial a la gente con menos recursos; pero careció de ideólogos, al PRI se le distanció de las decisiones importantes, sin sus centrales obreras y campesinas, dejó de ser el sustento político del nuevo Estado modernizador.

Salinas olvidó que "En las democracias o en los totalitarismos, la ideología y el discurso político son factores centrales: hay valores que tienen que defenderse hasta el fin o el sistema deja de tener sentido y se derrumba, como ocurrió con la URSS cuando intentó seguir adelante sin esa columna vertebral de su acción que era el Marxismo" (Meyer, 1998: 30).

El avance electoral y los triunfos del PAN así como la política de fraude hacia el joven PRD, aunado a la integración comercial con Canadá y Norteamérica; la privatización de la banca, la modificación de los artículos 3º, 27º, y 130º y más tarde el 82º que permitía que los hijos de extranjeros nacidos en México pudiesen aspirar a la Presidencia; destruyó las bases en las cuales descansaba el discurso de la Revolución.

En un intento por construir un discurso acorde que no mirara al pasado ni apostará todo al futuro. Salinas sostuvo que la nueva ideología de su Gobierno y de su partido, sería '*El Liberalismo Social*'. Dicha propuesta estaba pensada como '*Una Tercera Vía*' entre el populismo y el neoliberalismo. El padre de tal visión histórica, había sido Jesús Reyes Heróles (1957) quien siempre sostuvo que en la historia nacional, el Estado jamás había renunciado a rectoría económica, desde la Independencia hasta la Reforma y su culminación máxima era la revolución de 1910, y la Constitución de 1917.

"La participación organizada de este ideario generó un auténtico 'capital social' permitió que los grupos populares rompieran las relaciones de subordinación con los caciques locales. Liberados de ese yugo empezaron a desarrollar lazos de corresponsabilidad, PRONASOL promovió la movilización de los pobres de forma independiente, fue a favor de la justicia y de la eficiencia" (Salinas, 2000 : 297).

A final de cuentas el nuevo discurso de la modernidad carecía de argumentos legítimos para convencer a un pueblo acostumbrado a ser protagonista de grandes cambios junto con el Estado. Rolando Cordera señalaba "En el país

predomina la furia antiestatista. Todo lo que puede implicar una revisión es vista como reaccionaria, o regresiva, portadora de inaceptables conspiraciones populistas, tal y como el Banco Mundial o el BID han decidido que se debe entender el populismo" (2000 : 66).

A partir de entonces la participación del sector empresarial en la política es ya un hecho: Ernesto Ruffo en Baja California, Francisco Barrio en Chihuahua, Carlos Medina en Guanajuato; y más atrás Manuel De Jesús Clouhtier, líder del Consejo Coordinador Empresarial – CCE - en más de una vez coincidirían con las políticas de Carlos Salinas, incluso llegaban afirmar que éste les había copiado su programa de gobierno. La presencia de capitalistas en el PAN pronto llamó la atención de los analistas, y denominaron a este nuevo sector 'Neopanismo'.

No era un secreto desde entonces que los grandes capitales apoyaban económicamente al Neopanismo, a falta de un real discurso político introdujeron "Herramientas nuevas al PAN: la mercadotecnia electoral, la planeación estratégica y su lógica efectivista, su deseo de triunfo" (Zárate, 2001 : 10).

Al final el Gobierno de Salinas era difícil que una propuesta política sólida convenciera al electorado, la muerte de Luis Donaldo Colosio, el surgimiento del EZLN denotaban conflictos internos entre los llamados '*Dinosaurios*' y la joven tecnocracia. En tanto el PAN no tenía una oferta política real que ofrecer, a lo más, era el demandar la alternancia en el poder y la transparencia en los actos de Gobierno, su proyecto y discurso político era similar al de Salinas. La nueva izquierda aglutinada en el PRD, nunca pudo recuperarse de tantos muertos con el que nació dicho partido, Cárdenas siempre descalificaba y se mostraba intolerante para entablar un diálogo con el Gobierno Federal.

"El primer paso es relevante: sustituir a quienes han venido ejerciendo al poder con las graves consecuencias que conocemos para el país, para asegurar así un futuro distinto al pasado inmediato y al presente" (Cárdenas, 1999 : 43).

Los partidos políticos carecían de nuevos proyectos, ideología y sus únicas propuestas eran la descalificación y el acercarse a los medios. Todo ello, con la idea de que los electores se podían convencer en la radio o en la televisión. Fue Miguel de la Madrid, el primer Presidente que cada mes aparecía en las pantallas caseras, informando los rumbos de la nación "La imagen que yo quise promover con el mensaje de año nuevo es la de un Presidente un tanto plano. Yo creo que la situación es tan delicada, y que la gente recuerda tan claramente las imágenes de elocuencia y de prepotencia de mis predecesores, que lo que ahora quiero es algo diferente. No considero que en este momento deba yo buscar una imagen impactante: Tengo que manejarme con un perfil más moderado. A mí ni me interesan los espectáculos, me interesa la efectividad" (Ibid: 204).

El desprestigio de la política como aquella actividad que nacía para materializar el bien común, poco a poco se fue apagando. Lo público, era tarea de los individuos y no del Estado. Reclamar vivienda, atención Médica, Seguridad, empleo ya no aparecían como temas de agenda nacional. Desde entonces las calles del país se enrejaron, los desempleados o fueron vendedores ambulantes o guardias de seguridad. El llamado 'Tercer Factor'(Cfr.Giddens : 2002) se hizo cargo de atender a niños con discapacidad, cáncer o los ancianos abandonados. Lo público se redefinió en razón de la austeridad y el cálculo económico. El Control de la inflación, no sólo redujo el circulante, también se perdió en las cifras macroeconómicas sin darse cuenta de su intrínseca relación con el bienestar.

La Clase Política pretendió Modernizar al país, con una visión económica que en todo destruía los cimientos de legitimidad. Se habló entonces de la necesidad histórica de la 'Transición Política', de un cambio de régimen en medio de una severa crisis económica que no ha desaparecido desde 1982.

La Administración Pública como disciplina se 'Reformó' adoptando como suyos instrumentos de la empresa privada: Reingeniería de Procesos o Benchmarking,

Gerencia Pública, Planeación Estratégica, Políticas Públicas, Calidad Total y otras variables, que veían al Estado como una Institución ordenada basándose en la ganancia y la utilidad. Lo peor del caso, es que en la academia hubo nulas resistencias y si un coro de entusiastas investigadores que alabaron todo esto.

La decepción estaba latente en el ámbito de la gente, el proceso electoral de 1994, se acercaba y la única manera de convencer a un electorado pasivo y golpeado por la crisis y el autoritarismo, sería la política como espectáculo.

C. Fundamentos Teóricos del Marketing Político y la Transición Política.

Comenta Rolando Cordera "Desde hace mucho tiempo, todo ha sido búsqueda y palos de ciego. Y mucha fe en el mercado desde el Estado"
(Ibid : 23).

Así se pasó de un paradigma que concebía lo público como lo que interesaba, afectaba y rodeaba a la sociedad, pensada como un conglomerado, unificado y que sus problemas podían solucionarse desde la intervención de la administración pública. De igual manera diversos autores, otrora '*gurús*' o '*futorólogos*' como Alvin Toffler o Peter Drucker ; advirtieron que hoy el Estado debería dejar atrás esa discusión ontológica de lo que '*debería hacer*', y preocuparse por '*lo que puede hacer*'. Porque el Estado dejaba de ser el único centro de Poder, y una creciente democratización recorría al mundo, como también lo señaló Samuel Huntington; lo que se transformaba en un nuevo pluralismo político que "Está orientado a la eficacia y a la gestión pública. El nuevo pluralismo está integrado por pequeñas minorías organizadas, con un motivo o interés totalmente apolíticos"
(Drucker, 1996 : 96).

Para estas nuevas tendencias de lo público, era una necesidad histórica el que los Estados otrora autoritarios y paternalistas, dejaran de existir, y dieran paso a

regímenes democráticos. Así la llamada política comparada, una rama de las relaciones internacionales y de la sociología política, comenzó a ponerse en boga; sobretodo en lo que concierne a su propuesta de la llamada transición política, producto de un movimiento ciudadano, denominado 'Democratización' o como resultado de una apertura promovida desde el poder, llamada liberación política.

Algunas de estas ideas sustentaban que una actividad pública sólo puede funcionar si es un monopolio; porque donde hay competencia se muestra su incapacidad administrativa.

Asimismo, se criticaba que las actividades públicas se habían visto como símbolos sagrados e intocables. Para Drucker, existían por lo menos tres motivos para plantear la concepción de lo público. (1992 : 45)

1. El fracaso de los programas y planes de desarrollo, se debe a que la sociedad estaba diversificada.
2. La falta de recursos monetarios y de gasto público, habían surgido como dos variables que impedían la existencia de las grandes burocracias.
3. La capacidad de obtener recursos era cada vez más difícil.

Así, puede entenderse dentro de este nuevo contexto el concepto de la llamada mercadotecnia política; que implica la idea de un mercado amplio de electores, y por otro lado un ámbito democrático.

Es decir, frente a la crisis de discurso político y al incierto de lo público, surge la mercadotecnia política, entendida como "Todas aquellas actividades de promoción, publicidad, y mercado utilizadas en el espacio privado; pero que se pueden aplicar en la política. El concepto de mercadotecnia no tiene apellido, porque de lo que se trata es de identificar lo que la gente quiere. El especialista en

comunicación política entra de lleno al espacio de la confrontación que se desarrolla, principalmente a través de los medios informativos, en donde el político dependerá de las reglas y de los líderes de opinión" (Cantú, 2001 : 23).

También conocido como Marketing que significa 'Mercadotecnia', se describe aquel conjunto de técnicas de mercadeo o ventas. Dicha actividad describe y se dedica a satisfacer las necesidades, Deseos, modas o estados de ánimo del mercado; es decir, de la gente, de la clientela fragmentada en segmentos diferenciados (Murray: |1987)

El Marketing Político, concebido así es una relación de intercambio voluntario entre los ciudadanos, los partidos políticos y los candidatos dentro de un marco de democracia, equidad electoral, y pluralidad. Sin embargo, para muchos, la utilización de esta herramienta, no es más que una forma de trivializar la política y convertirla en espectáculo, como lo señala Murray (1987).

En contraste, existen opiniones que ven a la mercadotecnia política más allá de un espectáculo. Implica un universo de ciudadanos con visiones e intereses distintos que son sujetos de cortejo y persuasión por parte de los candidatos que buscan el poder.

El uso de estos instrumentos según Andrés Valdez (2001) está asociado a las nuevas tendencias de la modernidad:

1. Al desarrollo tecnológico, es un hecho que con el uso de la computadora, Internet y otros avances, la comunicación se conoce en segundos en todo el mundo. La política y sus formas se adaptaron a esta realidad.
2. La tercera ola democrática, el fin de los Estados totalitarios y autoritarios, así como el surgimiento de la sociedad civil organizada, impiden el fraude

electoral que el aislamiento geográfico e informático propiciaban en otros años.

3. Establecimiento de las sociedades de mercado, hoy como lo menciona Cordera, el mercado no sólo se impone en el consumo, también lo hace en sus reglas de oferta y demanda en lo político.

Así política y democracia son hoy dos fenómenos estrechamente vinculados. La mercadotecnia política es por lo tanto un hecho histórico, ligado a ese proceso de universalización del sufragio.

De igual manera, la mercadotecnia se debe al desarrollo de la tecnología informática, y uno de los constituyentes del nuevo poder político, y a su vez es un factor real de éste.

La mercadotecnia es una actividad que integra distintas especialidades: Al comunicólogo que estudia el proceso de los mensajes políticos, al politólogo que analiza los fenómenos públicos en la campaña y durante los procesos electorales, al investigador de campo que indaga y pregunta entre el electorado para que el psicólogo social construya escenarios de comportamiento.

Por lo tanto el Marketing político implica una forma distinta de hacer y procesar la política, ligada a la toma de decisiones y a la modernidad. Ello tiene riesgos pues el discurso queda relegado, y los sondeos, encuestas, y la imagen personal del candidato pasan a ser los elementos principales de convencimiento.

Lo que puede dar origen a lo que se ha llamado como 'Videopolítica'. Es decir, "La televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral; o en la forma de ayudar a vencer al vencedor. La televisión condiciona o puede imponer al

Gobierno cierta presión: lo que un Gobierno puede y no puede hacer, o decir lo que va a ser" (1998 : 67).

Como vemos el hecho de que sean los medios informativos, y sobretudo la televisión quienes sean los campos de batalla y los índices de simpatía de los candidatos hace que la política quede sujeta al vaivén del público espectador, quien desde la comodidad de su casa y con una llamada telefónica o por Internet haga saber su opinión sobre tal y cual candidato y su desempeño.

Nada es nuevo, ya Maquiavelo lo había advertido "Porque los hombres juzgan más por los ojos, que por los demás sentidos y pudiendo ver todos, pocos comprenden bien lo que ven. Todos verán lo que aparentas, pocos sabrán lo que eres" (1981 : 30).

En resumen hemos visto que en el caso nuestro frente al desmantelamiento del Estado Mexicano y la severa crisis económica que obligó a los Gobiernos, abandonar las tesis populistas de la Revolución Mexicana. La modernidad implantó no sólo otro proyecto económico; también arrojó la idea de una ciudadanización del poder, teniendo como base a la llamada sociedad civil.

A partir de entonces lo público y la política en México entran en un desprestigio, y se promueve la transparencia, rendición de cuentas y los Gobiernos ciudadanos.

Así, como un efecto de esta modernidad se entiende el uso y aplicación del llamado Marketing Político, y lo que nos resta analizar es cómo se llevo a cabo en las dos elecciones Presidenciales de 1994 y 2000. Finalmente se queda a un lado aquella sentencia que durante más de 70 años guió a la vieja clase política "El arte de reinar no es don de la naturaleza, sino de la especulación y de la experiencia" (Reyes Heróles, 1973 : 25).

Referencias Bibliográficas.

1. Consejo Coordinador Empresarial (1977), Pensamiento Empresarial, México : Avance
2. Krauze, Enrique (1988), La Presidencia Imperial, México : Tusquets
3. Castañeda, Jorge (1999), La Herencia, México : Alfaguara
4. De la Madrid, Miguel (2004), Cambio de Rumbo –Memorias-, México : FCE
5. Cansino, César (1997), Nuevos Enfoques de la Sociedad Civil en Metapolítica, Junio, México
6. Tello, Carlos (1983), La Disputa por la Nación, México : Siglo XXI
7. Flores Olea, Víctor (1997), ¿Qué Democracia para México?, México : Océano
8. Gilly, Adolfo (1988), Nuestra Caída a la Modernidad, México : Joan Baldó
9. Ibid
10. Paz, Octavio (1990), Pequeña Crónica de Grandes Días, México : FCE
11. Tello; Op Cit.
12. Garrido, Luis Javier (1993), La Ruptura –La Corriente Democrática del PRI-, México : Grijalbo
13. Gilly, Adolfo (1989), Cartas a Cuauhtémoc Cárdenas, México : Era
14. Ibid.
15. Cosío Villegas, Daniel (1980), El Sistema Político Mexicano, México : Joaquín Mortiz
16. Meyer, Lorenzo (1998), Fin de Régimen y Democracia Incipiente, México : Océano
17. Reyes Heróles, Jesús (1957), El Liberalismo Mexicano T.I., México : UNAM
18. Salinas de Gortari, Carlos (2000), México: Un Paso Difícil a la Modernidad, México : Plaza-Jánes
19. Cordera, Rolando (2000), La Pobreza No es Noticia, México : ISSSTE
20. Zárate, Alfonso (2001), El Gabinete en el 2003, en Bucareli 8, México
21. Cárdenas, Cuauhtémoc (2000), Palabras de Cárdenas, México: Grijalbo
22. Tello. Op Cit.

23. Cordera, *Op Cit.*
24. Drucker, Peter (1996), *Las nuevas Realidades*, Buenos Aires : Hermes
25. Cantú, Guillermo (2001), *Asalto al Palacio*, México : Grijalbo
26. Murray Edelman (1987), *La Política como Espectáculo*, Argentina : Manantial
27. Valdez, Andrés (2001), *La Mercadotecnia y Democracia: 10 Tesis Sobre el Marketing Político*, en Estudios Políticos No. 27, Mayo-Agosto, México
28. Sartori, Giovanni (1998), *Homo Videns*, México : Taurus
29. Maquiavelo, Nicolás (1981), *El Príncipe*, México : Porrúa
30. Reyes Heróles, Jesús (1973), *Discursos*, México : PRI

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL MARKETING POLÍTICO EN LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES DE 1994-2000: SUS PERSPECTIVAS HOY.

A. La Mediología: La Imagen Pública de los Candidatos y los Medios de Comunicación.

Con la llegada de la modernidad el Estado mexicano entró en una crisis histórica, pues la adopción de un modelo económico diametralmente opuesto al que había servido como discurso significativo, quedó en el olvido. Paralelamente, surgieron en muchos países que se encontraban en plena desintegración nacional, argumentos a favor de las minorías, sobretudo en la URSS y en los países de Europa del Este.

La llamada modernidad y racionalidad del Estado nacional quedó al desnudo, se vinieron abajo aquellas teorías que consideraban al orden estatal como la creación política más acabada.

De buenas a primeras millones de hombres y mujeres, se vieron ajenos a los proyectos nacionales. Tal y como lo analizó el filósofo Cornelius Castoriadis (1986) quien en más de una ocasión advirtió que eso que los hombres llaman sociedad no existe. El hombre construye la realidad social y sus distintas esferas de convivencia, 'imaginario social' es el término clave para entender la construcción de realidades a partir de nuevas ilusiones.

Otros autores como Lyotard o Ciorán previeron una nueva etapa histórica caracterizada por la desilusión, el escepticismo o la desconfianza hacia el orden creado hasta entonces.

'Postmodernidad' la llamaron, y esto se consolidó cuando los gobiernos autoritarios cedieron el paso a movimientos ciudadanos que abogaban por una democratización.

Se habló entonces de “transiciones”, como esos intervalos de paso de un régimen a otro. Sin embargo, dichas tesis de la política comparada aceptaron implícitamente que “Referirse a un sistema en transición ya no significa localizarlo en algún lugar entre dos extremos – cambio y permanencia – y sólo asumir que está cambiando” (Brachet, 2001 : 36).

Es decir, el período histórico llamado transición debe interpretarse como un cúmulo de tensiones entre lo viejo y lo nuevo como efecto acelerador o de freno. Lo que significa que la incertidumbre ha sido incorporada al imaginario social, estamos pues en un momento ‘Anormal’ en el cual lo inesperado y lo posible son tan importantes como lo usual y lo probable.

De ahí entonces, podemos entender el surgimiento de aquellas teorías creadas por la psicología de masas, perfeccionadas por la comunicación, y retomadas por publicistas. A partir de las últimas dos décadas del siglo XX, y teniendo como base estos factores históricos, surge el Marketing político como una sociología del mercado, que supone y cree que la realidad se construye a partir de lo imaginario como lo pensó Luhmann (2000).

Al Ries y Jack Trout (1989) son los creadores de la teoría del ‘Posicionamiento’, la cual revolucionó la mercadotecnia y la comunicación. Dicha teoría no se refiere a como crear un producto, “Si no a lo que se hace con la mente de los probables clientes, o sea cómo se ubica un producto en la mente de éstos” (Ibid . 3).

Si antes la publicidad apostaba todo a crear un producto original, esta teoría parte de que en comunicación hay que ser realistas y que irónicamente “La realidad que verdaderamente cuenta es la que está en la mente del cliente. Ser creativo, crear algo que no exista es algo ya imposible, de lo que se trata es de manipular lo que ésta alberga, revincular los recuerdos y los símbolos que existen” (Ibid : 6).

Va a fracasar quien tenga como propósito decirle a la gente que está equivocada y convencerla de que cambie de opinión. La mejor forma de conquistar la atención del público es por medio de mensajes sobre-simplificados; es decir con tantos adelantos tecnológicos 'el problema de la comunicación es la comunicación misma'.

Hay que buscar la solución en las mentes de la gente, como hace años lo expresó la gestalt 'la percepción del individuo es la realidad' con lo cual se entiende lo que en mercadotecnia es una máxima 'el cliente siempre tiene la razón'. El emisor hoy está equivocado y el receptor esta en lo justo. Hoy en comunicación y publicidad lo menos es más.

El campo de batalla del Marketing no está en el producto o en el candidato, sino en la mente del electorado. Para la teoría del posicionamiento la mejor manera de penetrar en la mente de otro, es ser el primero en llegar, lo que se necesita para fijar un mensaje, es una mente en blanco, que esté inmaculada, lo importante es la percepción.

Para ser líder en el mercado o en la política se debe comenzar por un programa de estrategia comunicativa que tenga en cuenta lo antes dicho. De lo que se trata es 'buscar el hueco y luego llenarlo'; es decir analizar lo que nuestros electores han pensado y nadie les ha dicho.

La publicidad política es una seducción, por lo tanto no interesan los argumentos. Para introducir nuevas ideas hay que desplazar las ya existentes.

De ahí entonces lo importante de llenar ese hueco para encontrar un nombre o una frase que le diga al cliente o al elector cual es la ventaja que ofrece. Autores como Scheinsohn (2002) ha propuesto el concepto de comunicación estratégica, para analizar la batalla que celebran la información y los medios actualmente.

Homs (2000) ha definido que "La política hoy más que nunca depende de la percepción pública. Desde la conceptualización de la opinión social como un ente que representa a los intereses públicos, el poder se ha centrado en la sociedad civil, con lo cual se ha fortalecido la democracia" (Ibid : 82).

Como contraparte a la masificación, ha emergido el fenómeno de la individualización. Hoy el público es más selectivo, a través del control remoto de la televisión cambia de programa cuando aparece una comunicación tediosa.

A pesar de que ahora la percepción es quien enlaza al individuo con el mundo que lo rodea, surge la llamada ley del consenso, la cual considera que lo primero que debe de hacer un producto o candidato es lograr que la percepción sea compartida por el mayor número de personas "Las percepciones generan realidades virtuales, es decir aparentes que pueden ser creadas intencionalmente, esto induce al público a creer en algo que no existe" (Homs, 1998 : 50).

La llamada ley del consenso y de las realidades virtuales descansa en las siguientes premisas:

1. La mercadotecnia se rige no por la veracidad de los hechos, sino por la interpretación que de ello se hace el público consumidor.
2. La realidad de mañana está influida por las suposiciones de hoy.
3. Detrás de una realidad virtual puede esconderse una realidad de facto.
4. La percepción del público puede ser inducida o espontánea. A partir de esto la teoría del Posicionamiento reconoce una fragmentación social entre los consumidores o electores, los cuales son vistos como las mentes a las cuales hay que llenar y adoptar.

- a) Los integrados: Son hombres masa, fácilmente persuadibles.
- b) Los émulos: aquellos que todo imitan y que se encuentran principalmente entre los adolescentes.
- c) Los émulos realizados: quienes tienen cierta independencia en sus decisiones, pero son influidos por el núcleo familiar.
- d) Los realizados socioconscientes: son gente que tienen sus propias creencias, pero que desconfían de todo mensaje político que los trate como hombres masa.
- e) Los dirigidos por necesidad: son aquellos que difícilmente se interesan por consumir o votar.

Como vemos, si bien la sociedad segmentada es cada vez más exigente, también lo es que "La información no es conocimiento, ésta no llega a comprender las cosas, da solamente nociones" (Sartori, 1998 : 80).

Para el italiano existe insuficiencia en la noticia o simplemente desinformación, esto es, distorsión en la nota, de ahí entonces que la televisión proporciona menos información que otros medios, su misión y deber es 'mostrar las cosas que hablan'. Es decir, si la televisión no muestra, no tiene éxito.

El argumento principal de ésta descansa en que 'la imagen no miente', pero puede falsear la verdad; por ello en los momentos electorales la televisión es un instrumento de y para los candidatos. Así, Sartori propone el concepto de la video política o la videocracia. La televisión muestra imágenes reales, por lo tanto deja a un lado el análisis.

Quizás a partir de esto, podemos entender el concepto creado por Murria (1998) quien propone la mediología como ese conjunto de técnicas e instrumentos a través de los cuales los diversos medios utilizan la comunicación para crear e inventar una realidad virtual; pero también advierte que la construcción de realidades ficticias trae consigo la posibilidad de erigir a la política como un espectáculo.

Finalmente, la mercadotecnia electoral descansa y tiene como principal instrumento la llamada 'ventana de Johari', la cual consiste en la construcción de la imagen pública de un candidato con base en cuatro áreas:

1. Los rasgos de personalidad y modos de ser que sólo conoce el candidato en turno y nadie más.
2. Rasgos de las características percibidas por los demás, pero ocultas para el propio individuo.
3. Rasgos conocidos por el mismo individuo y percibidos por los demás.
4. 'Punto ciego', es decir los aspectos de sí mismo, ocultos tanto para el individuo como para los otros.

De igual forma, la llamada agenda Setting, que define el modo en que los medios seleccionan los temas del día, no indican que pensar hoy, pero sí sobre qué pensar.

Como vemos el análisis de la evolución de la mercadotecnia electoral en México no es un tema fácil ni aislado. Se entrelaza con muchos factores y autores: el agotamiento de un discurso revolucionario, la erosión de las formas de dominación, el tránsito a una etapa de desilusión y la necesidad de construir

nuevos imaginarios. Por ello, no podemos tener una idea clara de lo que ocurrió en 1994 y en el 2000, si no tenemos en cuenta estos elementos.

B. Elementos Coyunturales que Propiciaron el Auge del Marketing Político en las Campañas de 1994 y 2000.

Si bien en la memoria colectiva del electorado de 1988, estuvo presente la sombra del cardenismo, frente a un modelo económico no sólo ajeno a la idiosincrasia del Estado Nacional; y esto se agudizó con el resquebrajamiento de la clase política y por ende, del liderazgo del ejecutivo federal. También, ocurrió lo dicho y analizado por Lenin 'para que haya un cambio en la dirección de un Estado; es necesario que los de abajo ya no quieran ser dominados, de igual forma los de arriba, ya no puedan tener el control' (1978).

Efectivamente, Salinas de Gortari; trató de reactivar el consenso perdido a través de PRONASOL, aunque en ello hiciera a un lado al aparato burocrático del PRI. Desde entonces, el antiguo y reconocido Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales -- IEPES -- dejó de ser quien elaborara los planes de Gobierno. La vejez estaba inundando a los líderes históricos del corporativismo, Fidel Velázquez era una figura decorativa, más que un instrumento de captación de votos.

De igual forma, los medios de comunicación, sobretodo Televisa, resentía la competencia, y la salida de Jacobo Zabludovsky y de '24 Horas', significaron una mayor apertura a la oposición política. Cárdenas al fundar el PRD advertía "Desde nuestro punto de vista, es posible abrir de nuevo y retomar los caminos de la Revolución. Es viable su proyecto nacional; representa una alternativa real para dar solución a los problemas de México, su ejecución exige, respaldo político. El proyecto de 1917 no logró consumarse por completo, ni en sus reivindicaciones ni fue un proceso continuado" (1990 : 86).

Un Gobierno eminentemente neoliberal, cercano a los intereses de Norteamérica, buscador de la llamada integración comercial. Salinas intentó una reforma en lo económico, aunque la estructura política permaneciera intacta. Ello, no le impidió moldear una democracia ficticia; reconoció los triunfos del PAN y de otros partidos, pero negó siempre al PRD cualquier avance. El asesinato de Luis Donaldo Colosio en Marzo de 1994, en plena campaña electoral, y el surgimiento del EZLN meses atrás, le mostró las antipatías que tenía aun dentro de la clase política. Manuel Camacho, siendo investigador del Colegio de México llegó a sostener que México nacía y renacía cada 6 años con la sucesión presidencial, así ocurrió en 1994.

Colosio, fue nombrado candidato del PRI a la Presidencia, en medio del descontento interno del propio partido. Con él, se habían perdido las primeras gubernaturas, y el PAN crecía a pasos agigantados. Como titular del CEN del PRI, y más tarde como Secretario de Desarrollo Social, fue el encargado de redituar votos a Salinas, pero no al partido.

Su vida política siempre estuvo bajo la tutela de Salinas, con él se intentaba de nueva cuenta, que el próximo Presidente, fuera alguien con arraigo popular, gente de partido, con experiencia en cargos de elección. Pero, su nominación no estuvo exenta de desacuerdos; otro posible aspirante era Manuel Camacho, ex jefe de Gobierno del D.F. quedaron a la orilla Pedro Aspe, titular de Hacienda, y Jaime Serra, principal negociador del TLC.

La política social, sería un nuevo sujeto dentro del discurso de Colosio. En tanto, el PAN propuso como candidato a Diego Fernández, principal negociador del partido conservador con el Gobierno salinista. Y el PRD a Cuauhtémoc Cárdenas, líder histórico y quien no tuvo ningún opositor para ser candidato a la Presidencia.

Ahora, sólo faltaba saber y descifrar los nuevos derroteros de ésta elección presidencial que marcaría un hito en la historia del país. Para Lorenzo Meyer,

dicho proceso electoral, sería trascendental, debido a la nueva composición del IFE, integrado por consejeros ciudadanos e independientes de la Presidencia.

Los medios de comunicación estarían más cerca que nunca del proceso y finalmente "Esta elección deberá tener resultados creíbles" (1994).

El uso e introducción de los debates televisivos, las encuestas de preferencia y la utilización de la mercadotecnia serían sin duda elementos que configurarían una nueva etapa de la cultura política; y paralelamente la televisión tenía ante sí la oportunidad de adaptarse a nuevas exigencias, que más tarde le redituarian la posibilidad de pasar de mero informador a inquisidor, a través de los llamados 'video escándalos' en el 2004.

De acuerdo a los cánones de la propaganda política. El candidato a la Presidencia, debería tener o reunir ciertas características personales, las cuales iban desde:

1. Físicas: las que involucran a su sexo, edad, peso, estatus marital, forma de caminar, hablar, altura, pelo, y todas esas atribuciones de personalidad que como hemos visto considera la ventana johari.
2. Intelectuales: es decir, el nivel de inteligencia y de educación, su preferencia política – conservador, moderado o liberal – y la estabilidad emocional. De igual forma, comprendía la historia personal del candidato y de su familia.

El manual de Campaña del Colegio de Ciencias Políticas, hablaba y definía que las cualidades de personalidad y carácter de un candidato englobaba a esa "Capacidad de comunicación tanto verbales como no verbales. El dinamismo, entusiasmo y capacidad de trabajo son atributos durante la campaña"
(1998 : 136).

Asimismo, la imagen del candidato es y era básica para comunicar agrado y seguridad entre los votantes "Es la impresión que tienen los electores de su carácter interno, una impresión construida a partir de su apariencia física, estilo de vida, porte, conducta y modales" (Ibid : 137).

Para ello, se requería cierto conocimiento entre el electorado, sobre quién era el candidato; se hablaba de 'Raiting' de identificación y de favorabilidad.

Ello, sin duda ocurrió en las filas del PRD, cuenta el entonces asesor de Cárdenas, Adolfo Aguilar " Cuauhtémoc se enfundó en su propia fisonomía, seria e inexpresiva como la del General y evocó, su hijo , la figura adusta y morena del héroe, Cuauhtémoc lo reencarnó en 1988, 50 años después de que el hombre de Jijilpan expropiará el petróleo y pasara a la historia, le ganó y peleó al PRI las masas, en su terreno, en los zócalos del pueblo"(1995 : 58).

Para Zínser, Cárdenas cometió un error histórico al aceptar el veredicto fraudulento de 1988. 'Su decisión de no lanzarse a la aventura de la resistencia civil, la pagó a un precio altísimo'.

Esa parquedad e impasibilidad fue el detonante, para millones de simpatizantes del hijo del general, en 1994, lo vieron ya con desconfianza, el medio que lo trasluciría sería evidentemente la televisión.

Paradójicamente, - dice Zínser - el PRD ganó los mítines y plazas a través del trabajo político, pero carecían de una escuela de oradores, con capacidad histriónica y dotes teatrales, con carisma, humor e ingenio. Los gritos, descalificaciones y tono monótonos son el estilo de los perredistas. Salvo, "Muñoz Ledo el Manolete de la oratoria, el mejor tribuno mexicano de era moderna. La vivacidad, la fuerza mordaz, y la capacidad de síntesis fueron un deleite en la campaña" (Ibid : 66).

Cuando en Octubre de 1988, ganó el 'No' a la permanencia de Pinochet, el plebiscito organizado por Chile llamó de inmediato la atención, se supo que uno de los publicistas o mercadólogos más renombrados de ese país, Juan Forch, había sido el artífice de tan sonado triunfo de la democracia en el continente.

El 16 de Abril de 1993, Forch fue presentado al equipo de campaña de Cárdenas para exponerle 'los horizontes de la publicidad política'.

Pero ello no fue fácil, para un candidato acostumbrado al liderazgo tradicional "Cárdenas no estaba convencido de que su campaña necesitará de contratar un equipo de publicistas profesionales y menos, si estos eran extranjeros. Y porque Forch tenía vínculos con el gobierno chileno" (Ibid : 176).

El publicista abría de asesorar en materia de imagen a los candidatos Patricio Aylwin, y Eduardo Frei, quienes serían Presidentes de Chile respectivamente.

La visita de Forch, intentaba convencer al candidato de lo relevante y estratégico que resultaría un plan de mercadotecnia y propaganda en momentos coyunturales donde reclamaba nuevos caminos para acercarse al electorado.

Para los asesores de Cárdenas, la campaña presidencial de 1994, realmente había iniciado desde el 7 de Julio de 1988. Se consideraba que la actual candidatura era una secuencia lógica de ese fraude, se pensaba que se tenía una base social sólida y suficiente para ganar e ilusamente se temía cambiar de táctica electoral.

En tanto, el Partido de estado en contubernio con la Televisión aplicaba restricciones a la información sobre los candidatos opositores. Si bien el levantamiento zapatista, despertó simpatías en el mundo, los medios de comunicación – radio y televisión – se encargaron de desvirtuar los contenidos de los mensajes. Aunado a ello, la muerte de Colosio, el 23 de Marzo en Tijuana y la

designación de Ernesto Zedillo, aceleró aún más ese trabajo de zapa, entre la televisión y el Partido de Estado.

En tanto, en el seno del equipo cardenista, las diferencias y divergencias se acentuaban de manera aguda, por un lado, quienes como Zínser veían en la adopción y adaptación de la mercadotecnia electoral un eficaz instrumento para convencer y ganar adeptos, por otro, los que confiaban en que el ' Prestigio histórico' era certero.

Comenta Zínser, "Adolfo Gilly insistió en que la campaña fuera ante todo expresión de este liderazgo político, ideológico y moral del cardenismo, y no obra de profesionales que fabricaban un candidato" (Ibid : 187).

La disyuntiva era entonces, acercarse a las modernas técnicas de comunicación o continuar por viejos derroteros, y depositar en la memoria colectiva, la simpatía de un pasado dorado, como lo fue el cardenismo.

Ante esta renuncia, el publicista chileno, salió del equipo cardenista, no sin antes advertir que aún en México, no se entendía que:

1. "Están francamente desfasados, confunden, mezclan, sobreponen la lucha por la democracia, con la lucha por el poder. Buscan modificar el orden político al mismo tiempo, que se pliegan a él, para participar en las elecciones.
2. Quieren influir en las autoridades, presionarlas para que introduzcan reformas a la normatividad política y electoral del país, al mismo tiempo que intentan convencer al electorado de la bondad y eficiencia de sus propuestas de gobierno.

3. Quieren que la ciudadanía los vea como posibles gobernantes serenos y responsables, y al mismo tiempo se comportan, actúan, hablan como revolucionarios o al menos, se expresan como críticos contestatarios, en permanente confrontación con el Estado.
4. Invitan a los ciudadanos ir a las urnas y al mismo tiempo, las impugnan por sucias y fraudulentas, quieren que vayan a votar y al mismo tiempo, les dicen que el padrón está adulterado."(Ibid : 207)

Las conclusiones del informe Forch eran tajantes: 'Son poco eficaces y vulnerables, quizás haya México avanzado en la democracia pero en la lucha por el poder muestran retraso, funcionan mejor como opositores que como alternancia electoral. Su mensaje es equívoco, confuso, contraproducente, no saben a quien lo dirigen, no han decidido quienes son sus interlocutores, en su propaganda y mensajes así como en las imágenes, con esto ahuyentan al electorado.'

Así, quedó claro que a falta de un discurso político real actual, y a la poca experiencia en el terreno de la mercadotecnia, el futuro electoral del candidato del PRD no iba a ser fácil ni próspero.

Asimismo, se definió la diferencia entre tener y crear un discurso lógico y concreto, y utilizar adecuadamente, los medios electrónicos. Si de lo que se trataba, era de ganar las elecciones, habría que obtener votos, si se aceptaban las reglas electorales, era porque se buscaba el poder, bajo esa normatividad. La Supuesta democracia vendría después, lo más importante, es que todos "Los esfuerzos deben estar dirigidos a comunicarse con los votantes, por las vías que tengan para llegar al mayor número de ellos, con mensajes simples, directos, claros que los convenzan y que les den confianza" (Ibid : 207).

En base a la experiencia chilena del plebiscito, había que romper con un lenguaje de rencor, de desasociarse de las imágenes de represión y fraude, y en cambio se

tenía que presentar un discurso, optimista, vital, joven, risueño, que llamará al cambio, con positivismo, sin mencionar el pasado. Ese sería el secreto.

El propio Colosio, antes de su fatídica muerte, lo había vaticinado "Estaba decidido a ser un gran Presidente, debatirá con Cárdenas hartos de sus desafíos:

- 'Te gana Cuauhtémoc, Luis Donald. Estos años han sido desastrosos.
- 'Te equivocas, a él lo mueve el rencor, a mí la esperanza'.
- ¿Qué quieres decir?
- Cuauhtémoc se ocupará del pasado y del presente. Yo del futuro."

(Sherer, 1995 : 93).

Sin embargo, poco diríamos si tan solo mencionáramos los avatares que vivió el equipo de Cárdenas en esta nueva elección de 1994. Por otro lado, el PRI a través de Eulalio Ferrer y de Benito Alazraki entre otros, se precipitaron a conformar una imagen taciturna, serena y confiable de un hombre que no estaba preparado para ser el Presidente de un país como México, aunque para Manuel Camacho esa falsa imagen fue la que efectivamente lo llevó a los Pinos "Zedillo es tan inteligente que hizo creer a todos, que nunca quiso ni pensó ser Presidente. Esa fue su principal habilidad para llegar al cargo, así la mayoría de la opinión tuvo que concluir que no habría que esperar demasiado de él" (2000 : 64).

La Televisión privada, fue el principal agente de esta nueva batalla electoral. Presentando a un Cárdenas cada vez más cerca del EZLN, amigo de la violencia y editando así como cortando sus mensajes, tan es así que el jefe de la campaña de Zedillo, días antes de las elecciones, le sentenció a Zinser " Adolfo, Vamos a ganar las elecciones, el candidato del PRI llegará a casi 50% , Cárdenas quedará el tercer lugar con 17% y Diego con menos del 30%. Así son las cosas y estamos preparados para avanzar, dime ¿ ya saben lo que van hacer?" (Ibid : 33).

C. Representatividad y Eficacia Política de los Candidatos Triunfadores: Política y Espectáculo.

Quizás lo ocurrido en México, se asemeja a lo que vivieron otros países del Continente; justo en las transiciones políticas, en Argentina llegó al poder Carlos Saúl Menen, su popularidad no radicó en sus decisiones y acciones políticas; sino en los desplantes de su vida personal. Lo mismo corría en un Ferrari, que jugaba fútbol junto a Maradona, y su vida amorosa, la cual fue desde la vedette Yuyito hasta la ex miss universo Cecilia Bolocco. En Brasil Collor de Mello, con su porte de galán de cine fue denunciado por su propio hermano, de mantener relaciones sentimentales con su propia cuñada. En Ecuador, Abdalá Bucaram, cantó las melodías de Luis Miguel, subastó su bigote entre las bañistas de un club privado, hasta que el congreso de ese país lo declaró demente. En Perú, Alberto Fujimori, llegó a la Presidencia realizando una campaña electoral recorriendo los Andes, con una indumentaria de Inca, y en bicicleta, y otras en tractor.

Quizás la historia de América sea ese precedente de quienes llegan al poder, ya la literatura ha dado cuenta de ello. Miguel Ángel Asturias en 'El Señor Presidente'; Alejo Carpentier en 'El Recurso del Método'; Gabriel García Márquez en 'El Otoño del Patriarca', Augusto Roa Bastos en 'Yo el Supremo', Isabel Allende en 'La casa de los Espíritus' y finalmente Mario Vargas Llosa en 'La Fiesta del Chivo'.

El objetivo de la mercadotecnia electoral, no es encontrar a los mejores hombres para el poder; sino a quienes fascinen a las masas, lo importante es la obtención del voto, no su retención. Por ello, no es casual que en estos períodos de transición los medios atrapen a los mejores actores y no a los creadores de programas políticos.

Porque los resultados de este tipo de Gobernantes han dejado mucho que desear. Menen terminó siendo recriminado por su vida sentimental, al igual Collor de Mello y más tarde Fujimori; es decir parece entonces una constante que en estos

Gobernantes, la figura y presencia de las primeras damas tienden a ocupar espacios que los Gobernantes por su afán protagónico dejan libre. De ahí entonces, que la figura de Martha Sahagún parezca crecer.

Si analizamos a profundidad las propuestas políticas de Fox en el 2000, veremos que nada revelante decía; y si en cambio resaltaba, su simplicidad, y en ocasiones su completo desconocimiento en el terreno histórico, "El Ejido fue un acto sublime de paternalismo, Zapata jamás habló de la tenencia de la tierra en forma ejidal" (1999 : 120).

De igual forma la crítica que Fox hacía al General Cárdenas es poco sustentable, "Propongo una segunda nacionalización del petróleo: quitárselo al Gobierno y ponerlo verdaderamente en las manos de todos los mexicanos" (Ibid : 129).

En más de una ocasión, el futuro Presidente de México, señaló que la expropiación petrolera había sido el 18 de Marzo de 1936; y no en 1938 como realmente ocurrió. La ausencia de asesores en esta materia, lo han llevado a desconocer y comprender la génesis del estado mexicano "Lo que hay que hacer es quitarle a Cuauhtémoc Cárdenas la idea de que lo que se hizo en 1938 es irreversible. Es muy respetable que Don Lázaro, sea el ídolo de muchos, pero hoy tenemos que pensar más racionalmente" (Ibid : 136).

Solía decir Maquiavelo, que la mejor escuela de un gobernante es la lectura de la historia, y sobretodo como lo pensaba Platón, en el origen de un Estado, pueden hallarse el porque de las desigualdades y la falta de fundamentos éticos.

Máxime de un Estado como el mexicano, que nació de un movimiento revolucionario, donde la clase, sistema y régimen están marcados por éste. Como lo comenta Manuel Camacho "Fox ganó la elección, porque se acercó mediante una crítica severa a las inconformidades del electorado; ofreció respuestas optimistas. Eso representó el cambio: sumarse a la inconformidad de los

ciudadanos y mostrar con seguridad que podía ganarle al PRI. Fox tiene un reto: no echar a perder la oportunidad del 2000, ahí radica todo, el Presidente tiene un año y medio para reorganizar la política antes del 2003; tiene 6 meses para sacar adelante la reforma fiscal y 100 días para mostrar que tiene rumbo”
(Reforma, 2001: A 4)

Así la política ciudadana, está lejos de ser aquella polis que soñaban los griegos. Hoy cuando se reconoce y aboga por Gobiernos emanados de la sociedad civil, con gobernantes sin experiencia, y en cierta medida sin vocación pública. El Estado y sus instituciones están a merced de una individualización acérrima, quienes llegan al poder por estas banderas no miran al colectivo, carecen de proyecto nacional, porque éste simplemente es antítesis de su origen. La fragmentación del imaginario social, se polariza y en vez de gobernar para todos, termina defendiendo los intereses de unos cuantos.

Irónicamente México conoció la alternancia política, cuando vivía una seria crisis económica, de ahí entonces la eterna reflexión, años atrás hacía la teoría del desarrollo, que se preguntaba si era posible conciliar la democracia con equidad social. La llamada globalidad, agudizó y profundizó la pobreza, el desempleo y la inflación. Por lo tanto, el dilema que enfrenta la región estriba en evaluar si las transiciones valen la pena en estas condiciones de pobreza. Donde el proceso electoral se presenta a final de cuentas como una ilusión que en nada mejora la situación económica.

Sin duda alguna, el partido conservador y el sector empresarial que hoy gobierna el país poco o nada podrán ofrecer a una sociedad, que como la mexicana se valora y reconoce en su pasado. Manuel Camacho como analista, ha expresado los graves riesgos que enfrenta Fox, si sigue pensando que su mandato es una prolongación de su campaña política. “Fox sabe ganar votos, ¿esa estrategia y esos métodos son compatibles con lo que hoy se necesita? Lo que habría que

preguntarse es por qué pudo darse un fenómeno mediático, como el del 2000 y veremos seguramente los siguientes elementos:

1. Había una enorme necesidad de la gente por creer en algo.
2. Aún en nuestra cultura política se busca un líder providencial.
3. Algunos medios cifran su seguridad en una nueva relación con el Presidente. La comunicación no es el fin, la mercadotecnia es muy útil para levantar la popularidad" (Reforma, 2002 : A 6).

Solía decir el historiador Romano Suetonio 'Que el poder no transforma al hombre, únicamente muestra lo que estaba oculto'(1983 : 40) es decir, a los hombres se les conoce cuando tienen el poder. Y lo que muestra y enseña un Gobierno que se construyó a partir del marketing, es precisamente esa falta de comprensión y de visión de Estado. Un elemento permanente de estos líderes, es la búsqueda incesante de los reflectores, las encuestas y los escándalos.

La política es un espectáculo que entretiene al televidente, las cámaras todo lo miran; pero nada resuelven. Se muestra el conjunto de debilidades de los hombres en el poder. Habría que preguntarse entonces si el momento coyuntural del 2000, ofrecía otra alternativa distinta, y que tan real fue la conciencia ciudadana que llevó a Fox al poder.

La destrucción de una obra es más sencillo que la construcción de la misma, pero se corre el riesgo de que al abatir lo realizado, crezca la desconfianza. Como lo menciona el periodista Alan Riding "Una cosa es ofrecer el cambio en una campaña, y otra muy distinta es llevarlo a cabo, el triunfo de Fox engendró una nueva interrogante ¿sería más eficiente la democracia en cuanto a mejorar el destino de la mayoría de los mexicanos? ¿Bajo el PRI México fue único, bajo un régimen democrático, será distinto?" (2000 : 53).

Algo semejante había comentado el entonces asesor de Fox. Adolfo Aguilar “El PAN, el PRD y el PRI están hechos uno a la imagen del otro, por tanto ninguno de estos tres partidos puede ser del México transformado, nuevo y venturoso” (Cremoux, 1999 : 121).

Las condiciones históricas que llevaron a Fox al poder jamás regresarán, uno de los retos que tiene enfrente su Gobierno es el desplazar un pasado y discurso revolucionario, porque "En cada etapa de nuestra historia, los ritos y ceremonias han sido parte de nuestra política. La toma de protesta de los Presidentes y sus informes han tenido significado que han marcado la historia del país ¿qué hará Fox el 21 de Marzo, el 10 de Abril y el 1º de Mayo? Si el nuevo Gobierno piensa que estas fechas son inútiles y promoviera su desaparición, estaría fallando. Nuestro problema ha sido el abandono de los ideales de la Revolución. Pretender acabar con los ritos de la política, sería una muestra de que no se entiende lo que esto representa" (Reforma, 2000 : A 8).

Referencias Biblió hemerográficas.

1. Castoriadis, Cornelius (1986), Las encrucijadas del Hombre, Barcelona : Gedisa
2. Brachet, Viviane (2001), Polis y Mercados, México : Colegio de México
3. Luhmman, Niklas (2000), La Construcción de la Realidad, Barcelona : Anthropos
4. Al, Ries, (1989), Posicionamiento, México : Hill
5. Sheinsdonhn, Andrés (2002), Comunicación Estratégica, Argentina : Paidos
6. Homs, Ricardo (2000), Mercadotecnia Electoral, Barcelona : Ariel
7. Homs, Ricardo (1998), Realidades Virtuales, México : Iberoamericana
8. Sartori, Giovanni (1998), Homo Videns, México : Taurus
9. Murria, Edelman (1998), La Política como Espectáculo, Argentina : Manantial
10. Lenin (1978), Un Paso Adelante Dos Atrás, Pekín : Lenguas Extranjeras
11. Cárdenas, Cuauhtémoc (1990), El Proyecto de la Revolución es Viable, México : Nuestro Tiempo
12. Cremoux, Raúl (1994), La Elección Democrática, México : Tribasa
13. Salcedo Aquino, Roberto (1998), Manual de Campaña, México : CNCP
14. Aguilar, Adolfo (1995), ¡Vamos a Ganar!, México : Océano
15. Sherer, Julio (1995), Estos Años, México : Océano
16. Camacho, Manuel (2000), La Encrucijada, México : Océano
17. Fox, Vicente (1999), A los Pinos, México : Océano
18. Reforma, 2001 : A4
19. Reforma, 2002 : A6
20. Riding, Alan (2000), ¿Cambiará México?, México : Mortiz
21. Cremoux, Raúl (1999), Una transición Interminable, México : Gijalbo
22. Reforma, 2000 : A8

CONCLUSIONES

Tucídides en un pasaje célebre de su 'Guerra del Peloponeso' (Porrúa, 1986) escribió, "Mi intención no es componer una farsa o comedia que dé placer por un rato; sino una historia que dure para siempre".

Y efectivamente, nada habrán dejado los comentarios y reseñas periodísticas que versan sobre el 2 de Julio, si no se toman en cuenta las características coyunturales del momento, así como las orgánicas (Gramsci). Es decir, como lo hemos visto en la investigación, la intención de llevar y ejecutar un plan de mercadotecnia electoral arranca en 1994 con el PRD y su candidato, Cuauhtémoc Cárdenas, y de su equipo de asesores que estaba integrado por destacados intelectuales como: Jorge G. Castañeda, Adolfo Gilly, y Adolfo Aguilar, quien 6 años más tarde pasó a ser integrante del Gobierno del cambio, y dejó plasmado en su libro '¡Vamos a ganar!' (1995), un excelente análisis de los avatares y bemoles por los que tuvo que vivir, dicha campaña.

Sin duda alguna, la mercadotecnia electoral, aunque sea gradual y lentamente, pero se introdujo en la política mexicana y mostró su efectividad en el 2000. Pero, descontextualizar dicho acontecimiento histórico, sólo nos dejaría una mera crónica.

La situación internacional, ya no toleraba la presencia del PRI en el poder, la introducción de la tecnología multimedia y de Internet, facilitaban una época de transparencia y de información, no sólo en el país sino en el mundo. Por otro lado, en lo interno; los medios de comunicación se dieron cuenta que no podían permanecer encapsulados en sus viejos rituales, que tarde o temprano el público terminaba enterándose de cualquier noticia, por lo que resultaba imposible cualquier tipo de censura.

Los viejos líderes sindicales, poco tenían que ofrecer a sus agremiados en pro del sistema, ahí radicó uno de los errores del corporativismo, el no haberse preparado para renovar a sus élites. La llegada al poder de la tecnocracia terminó en un diálogo de sordos entre una nueva clase política, que su idea central era la austeridad y el desmantelamiento del Estado; y del otro lado, una burocracia y una sociedad acostumbrada a recibir recompensas del sistema político. Así, el agotamiento de un discurso que por décadas no sólo había fincado y tejido las bases de una relación entre el Estado y la sociedad, pronto quedó hecha cenizas.

La única manera de decretar y difundir su muerte, era a través de los medios de comunicación, ante todo por la televisión. La frivolidad de las cámaras haría ganador de la elección presidencial de 1994 y 2000, a dos actores totalmente opuestos: Ernesto Zedillo, como un afligido pariente del difunto Colosio, taciturno, discreto y envuelto en un luto aparente; y por otro lado, Vicente Fox, irreverente, cínico, más corriente que común, pero que al final de cuentas destruía la solemnidad de la figura presidencial.

México, vivió su período de transición en el simplismo del Marketing político. Ante la ausencia de alternativas en el proyecto político, y se decidió que el electorado eligiera no al mejor partido ni a la mejor propuesta de Gobierno, sino a la mejor imagen, caímos en los escollos que ya había vivido Sudamérica.

La llamada modernidad mexicana fue en realidad un retroceso histórico del cual no hemos salido. Lo vemos, en un Presidente de la República, sin alternativas de solución para el desempleo, y en todo momento recriminando al congreso de la unión su falta de apoyo. Hoy el sistema político vive una nueva etapa de recomposición, es tal el desprestigio que en los últimos 20 años infringió la clase política, que nadie en las esferas del poder habla o piensa de la renovación del discurso de la revolución. El Estado mexicano por naturaleza está comprometido con las luchas sociales, de ahí que los ideales de Zapata, Cárdenas o Mújica sean más vigentes que nunca.

Como sabiamente Maquiavelo lo comenta en 'El Príncipe', "El que llega a ser gobernante con el auxilio de los nobles, se mantiene en el poder con más dificultad que el que debe el poder al pueblo".

La mercadotecnia política, es una herramienta que sirve para difundir al candidato y a su imagen, a través de las nuevas tecnologías. Pero nunca se ocupa ni de proyectos de Gobierno, ni pretende falsear ni engañar al electorado. En el caso de México adquirió una importancia que no tiene, Fox no llega al poder por ningún publicista o alguna fórmula de propaganda; sino por las causas que hemos tratado de identificar a lo largo de la presente investigación.

La política no puede estar a merced de improvisados ni de ignorantes de la historia, tarde o temprano un pueblo como el nuestro cobrará conciencia de la necesidad de valorar el pasado. Y se quedará con lo mejor del discurso de la revolución. Ello se confirma, en esta pluralidad política, donde gente como el Jefe de Gobierno del D. F. Apuesta más a los hechos de Gobierno que a los dichos de palabra. Y más tarde otros mandatarios estatales – Montiel entre ellos – han implementado lo que siempre se ha hecho en este país: Programas de asistencia social, y tratar de resolver los problemas sociales, viendo al país como un estado nacional y no como una fragmentación de pequeñas sociedades civiles.

Si México desea encontrar algún día un camino que lo lleve a otros senderos, tiene la necesidad de mirar a su pasado, y revitalizar el discurso de la revolución mexicana.

De lo contrario, llegarán políticos que al igual que los actores se preocupen más de las encuestas, de su imagen, y pensando y actuando de esa forma, nadie puede ser un hombre de estado. No en balde Maquiavelo siempre advirtió que la principal ocupación de un príncipe debería de ser el estudio de la historia, para no cometer los errores del pasado y aprender de los grandes hombres en los momentos difíciles.

Hace años, el escritor Martín Luis Guzmán, celebre por haber escrito 'La Sombra del Caudillo' y haber transcrito 'Las Memorias de Pancho Villa' comentaba que en México para exigir justicia se requería de tener vocación de héroe o de mártir, en el caso de la transición política no fue ni una ni otra, sino la presencia de bufones.

Nuestros objetivos e hipótesis han sido cumplidos, parecerá que reclamamos y añoramos un pasado que costó mucho, pero también el Siglo XX en México no puede entenderse sin el discurso de la revolución mexicana. Hoy se requiere valor para pensar de esta forma, por lo que no esperamos ni aplausos ni reconocimientos, tan sólo la oportunidad de que algunas de estas ideas contenidas en la investigación sean consideradas para un futuro diálogo. Sí esto es así, habremos cumplido en la reflexión política.