

## **Personalización de la política en campañas electorales: Los casos de las elecciones presidenciales de 2012 y 2018 en México**

**Autor:** Ramsés Daniel Martínez García

**Coautor:** Igor Vivero Ávila

El propósito esencial de la ponencia es analizar la tendencia de la personalización de la política en campañas electorales para la presidencia de la república como resultante de dos mecanismos a saber: La falla de los partidos (Mair, 2015) en el sentido de que los ciudadanos cada vez se identifican y comprometen menos con estas instituciones políticas, lo que permite maximizar la visibilidad mediática de los candidatos y de sus cualidades personales (Rahat, 2015: 22)

Los estudios de caso que se proponen tienen su fundamento en que representan procesos de alternancia. El caso de la elección presidencial de 2012 marca el regreso al poder del Partido Revolucionario Institucional (PRI) con su candidato Enrique Peña Nieto, bajo un esquema de campaña basado en el apoyo estructural del partido, pero también por una elevada exposición mediática de la vida personal, enfatizando capacidades no necesariamente relacionadas a su experiencia política. Por otra parte, la victoria de Andrés Manuel López Obrador supone el ascenso de un partido político de reciente creación; Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) quien vio en la figura de su candidato el medio para ser protagonista de la vida política nacional. Dos tipos de liderazgos y trayectorias políticas antagónicas, bajo dinámicas y ajustes partidistas contrastantes.

También es importante señalar que hay factores exógenos que impulsan el cambio partidista y el surgimiento de liderazgos políticos personales. Entre ellos, se encuentra la disminución de identidades partidistas (Moreno, 2009: 145) volatilidad del voto (Díaz y Vivero, 2015: 22) y ascenso del uso de los medios de comunicación digital (Sánchez, 2005: 34). Todo ello abona a que las campañas electorales se encuentren en la etapa posmoderna (Díaz, 2016: 35) caracterizada por priorizar la exposición de la imagen personal de los candidatos y candidatas, en el marco de la pluralidad democrática. (Young, 1996: 669).