

¿Aún pesan los partidos políticos? Una aproximación a las estrategias discursivas coalicionistas en periodo de campaña electoral. El caso mexiquense (2023)

Ignacio Daniel Torres Rodríguez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Carlos Enrique Ahuactzin Martínez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

José Fernando Treviño Martínez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen: Distintos enfoques han tratado el fenómeno del comportamiento de los candidatos durante el periodo de las campañas, no obstante, poco se ha estudiado sobre las filiaciones y acuerdos partidistas detrás de estas y estos protagonistas, en el marco de sus manifestaciones comunicativas tanto explícitas, como implícitas. Pareciera que nos hemos olvidado de los partidos políticos y, en consecuencia, centrado nuestra atención en las y los personajes que representan a esas fuerzas políticas, pero que conectan con el electorado en dimensiones y sentidos que no solo traspasan los ideales partidistas, sino que ocupan un lugar protagónico en los medios. Ello no quiere decir que las fuerzas políticas no figuren e importen en las contiendas; solo que han tenido que sofisticar y redirigir sus estrategias para la consecución del éxito electoral. Sin embargo, ¿por qué si los candidatos garantizan el voto por sí solos, los partidos hacen alianzas? Este es un aspecto que nos lleva a reflexionar sobre la imbricación entre partidos coaligados, sus abanderadas/os y las estrategias comunicativas de persuasión electoral. En tal sentido, el propósito de este trabajo es, mediante un análisis de los spots por la gubernatura mexiquense de 2023, profundizar en dos dicotomías para estudiar el comportamiento aliancista. La primera en función de la relación oficialismo-oposición, indagando si las alianzas oficialistas hacen mayor referencia al factor de la continuidad y/o si explicitan y soportan su composición partidista; y si las alianzas de oposición tienden a ser más calculadoras y a diversificar sus estrategias en el marco de una contienda. La segunda remite al tipo de alianzas, ver si las de contigüidad ideológica rompen la barrera de los límites individuales y si justifican explícitamente las motivaciones detrás de su asociación; mientras cómo las figuras *anti-oficialistas*, buscan una recaudación simultánea del voto exenta de contradicciones y susceptibilidades ideológicas.

Palabras clave: alianzas electorales, estrategias discursivas, campañas electorales.