



Colosio, de la campaña reformista a la leyenda de la política mexicana

A 28 años del asesinato del candidato a la Presidencia de México, muchas de sus líneas discursivas y mensajes se mantienen vigentes en las campañas electorales.



Por Elda Magaly Arroyo Macías

La historia contemporánea de la política mexicana tiene un referente obligado: Luis Donald Colosio Murrieta. El aspirante del Partido Revolucionario Institucional (PRI) a la Presidencia de la República, en 1994, fue asesinado al término de un acto de campaña, la imagen de un hombre, identificado como Mario Aburto Martínez, acercándose para dispararle en la cabeza, entre un mar de personas, es icónica.

La designación de Colosio como candidato del PRI, prácticamente lo situaba en la silla presidencial, pues el partido mantenía una hegemonía de 65 años

Con solo dos meses de campaña y faltando cinco para la elección presidencial, el priista marcó un antes y un después en la política nacional, pues introdujo elementos que en la actualidad son indispensables para convocar al electorado y ofertarse como la mejor opción en ese trascendente momento que se está frente a la boleta.

El escenario histórico nos ubica en el México de 1994. El Tratado de Libre Comercio entraba en vigor, afianzando a Estados Unidos como la gran potencial

mundial, mientras que para el país azteca se proyectaba como una economía atractiva por su importante socio comercial. En el imaginario de muchos mexicanos, la “solidaridad”¹ había representado una “mejora” en la calidad de vida, o al menos así se presentaba gracias al marketing gubernamental que recién se aplicaba.

El cambio desde el régimen

La designación de Luis Donald Colosio Murrieta como candidato del PRI, prácticamente lo situaba en la silla presidencial, el proceso electoral en México era un trámite, pues el partido tricolor mantenía una hegemonía de 65 años, por lo que seis más se veían prácticamente asegurados, a pesar de que en 1989, siendo Colosio presidente nacional del partido, a los 39 años de edad, por primera vez en la historia, Acción Nacional ganó una gubernatura, hecho que le valió múltiples críticas de los “viejos” priistas, que no estaban de acuerdo con el rumbo que le daban los “tecnócratas” al país.

Colosio Murrieta formó parte de un selecto grupo de jóvenes, que tuvieron la oportunidad de formarse académicamente fuera del país, principalmente en Estados Unidos, pues luego de terminar sus estudios de Economía en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, uno de los cinco centros universitarios de mayor prestigio en Latinoamérica, viajó a Pittsburg para hacer un posgrado en Desarrollo Regional, que posteriormente culminó en Pennsylvania. Asimismo,

1 - El Programa Nacional de Solidaridad, implementado en 1988, por el presidente de México, Carlos Salinas de Gortari, de origen asistencialista, buscaba cubrir las necesidades básicas de los mexicanos que vivían en condiciones de pobreza y marginación. Fue considerado como una estrategia de contrapeso ante las críticas recibidas por las políticas neoliberales implementadas durante el sexenio.



formó parte del Instituto para el Análisis de Sistemas Sociales Aplicados en Viena, Austria, y realizó un doctorado en Economía Regional y Urbana en la Universidad Nacional Autónoma de México.

Joven, carismático, buen orador, con formación académica de prestigio, con entendimiento de los movimientos económicos internacionales y de las necesidades políticas locales, Colosio fue presentado como EL CANDIDATO en la sucesión presidencial. Alrededor de él se construyó la imagen política de la persona más preparada para el cargo. El sueño hecho realidad para cualquier consultor de comunicación política.

El poder del mensaje

Durante esos dos meses de campaña, en sus interlocuciones con los medios de comunicación y en sus discursos logró conectar con la población objetivo: los mexicanos que necesitaban escuchar que la modernidad al fin era posible y que no había temor de enfrentar al viejo régimen, incluso si se era emanado de él. La investigación del mercado, así como de sus necesidades fue clara y funcional.

La estrategia discursiva fue contundente, pues los mensajes evocaron esa conexión entre el elector y el candidato, alguien que lo conoce, lo entiende y comparte la misma aspiración. La disertación,

en el Monumento a la Revolución, el 6 de marzo, a dos semanas de ser asesinado, no solo es simbólicamente poderosa, sino que es la parte fundamental del *storytelling*, pues EL CANDIDATO verbaliza lo que millones de mexicanos habían mantenido en silencio: “veo un México con hambre y con sed de justicia. Un México de gente agraviada, de gente agraviada por las distorsiones que imponen a la ley quienes deberían de servirla. De mujeres y hombres afligidos por el abuso de las autoridades o por la arrogancia de las oficinas gubernamentales (...) Quiero ser presidente de México para encabezar esta nueva etapa del cambio”.

Joven, carismático,
buen orador,
con formación
académica,
con entendimiento de
los movimientos
económicos
internacionales y de las
necesidades políticas
locales, Colosio fue
presentado como
EL CANDIDATO

El presupuesto de campaña fue muy bien aprovechado, pues como partido en el poder, se tenían asegurados

espacios en los medios de comunicación, que hasta 1993 con el surgimiento de Televisión Azteca solo era uno: Televisa. Por lo que cualquier acción o dicho del candidato era de trascendencia para las televisoras, las estaciones de radio y los periódicos.

Ni siquiera hubo necesidad de confrontar al oponente, pues la elección de Diego Fernández de Ceballos, *El Jefe*, como abanderado de Acción Nacional, nunca representó un riesgo, ya que su imagen distante y aburguesada no lograba conectar con los votantes, pues su retórica siempre se presentaba hostil y personificando la arrogancia que criticaba Colosio.

La comunicación en tierra, en esa época y actualmente, es fundamental, pues no solo se mantuvo a las bases partidistas, con eventos multitudinarios, sino que fue el espacio para que aquellos que eran ajenos a la política, pudieran palpar el mensaje, mostrándose cercano, tan cercano que un hombre pudo alcanzarlo con una bala en la cabeza y así, acabar con el candidato, para dar paso a la leyenda política.



Elda Arroyo (México) es licenciada en Letras Hispánicas por la Universidad de Guadalajara y maestrante en Administración Pública. Trabajó para Milenio, Notisistema y Eastern Group de Los Angeles, California, entre otros. Cuenta con formación policial y actualmente es directora de Comunicación de la Secretaría de Seguridad del Estado de Jalisco, en México.

Tw: @elda_arroyo | Ig: @eldaarroyo