



Paul Valdés

Inician precampañas rumbo al 4 de junio

Comenzaron las precampañas a gobernador del Estado de México que van del 14 de enero al 12 de febrero. Luego viene un periodo de validaciones de candidaturas y coaliciones, y la campaña del 3 de abril al 31 de mayo que busca atraer el voto de casi 12.5 millones de mexiquenses.

Las dos principales aspirantes a gobernadora: Delfina Gomez, de Morena, y Alejandra del Moral, del PRI, han comenzado a realizar actos públicos y propaganda dirigida a la militancia, pero también hacia la población en general. Las primeras piezas de comunicación nos permiten conocer una parte de su estrategia general de campaña. Por su parte, Movimiento Ciudadano, cuyos simpatizantes pueden jugar un rol estratégico hacia el final de la campaña (si realizan un voto útil), brilla por su ausencia en esta primera semana de precampaña.

La propaganda de Morena basada en la narrativa que los llevó al triunfo en 2018: cambiar para combatir la corrupción, y castigar al PRI como partido gobernante se basa en mensajes como "No hay mafia que dure 100 años, ni mexiquense que lo resista, es tiempo de Morena", "Les llegó la hora a la mafia de la corrupción, es tiempo de Morena". Ya en precampaña, Delfina continúa con un mensaje similar enfocado en la esperanza del cambio: "En el Estado de México llegó el cambio verdadero, llegó la hora de trabajar con 'ya sabes quién' para acabar con la corrupción y resolver los problemas que afectan a tu familia".

Por su parte, Alejandra del Moral que durante el último cuatrimestre del año pasado, posicionada en medios alternos como espectaculares de la revista Mundo Ejecutivo calificados por sus adversarios como publicidad encubierta, irrumpió en la primera semana de precampaña con una imagen renovada y un mensaje propositivo de búsqueda del cambio a partir de mexiquenses valientes. En sintonía con el mensaje de defensa y protección del Estado de México, en voz de la aspirante a can-

didata dice: "Se buscan valientes, así es, valientes que sean capaces de dar la vida por su familia, valientes optimistas, valientes atrevidos, valientes que entienden, valientes que resuelven. En el Estado de México hay millones de valientes que protegen, que cuidan, que nunca pierden la fe y que creen que lo bueno está por venir".

En la literatura especializada sobre comportamiento electoral, ha surgido una corriente que advierte que con la democracia en crisis, el mensaje racional parece que no es tan efectivo como en el pasado, de tal forma que las campañas apelarán más a las emociones que al intelecto. En este sentido, el voto parecer ser más un sentir emocional que un acto de evaluación racional. Ambas aspirantes a gobernadora coinciden en el cambio para mejorar, en mensajes que buscan sensibilizar las emociones de los ciudadanos. Por un lado, tratan de conectar con el hartazgo, el enojo y la esperanza; y por otro con la protección, la defensa de los obtenidos y la valentía.

El mundo atraviesa una época marcada por la acumulación de varias crisis, y en el Estado de México también suceden, pues en el contexto de la pospandemia y el incremento de la inflación suceden millones de historias que pueden ser auténticas tragedias para el ciudadano promedio como las limitaciones para completar la quincena, comprar la despensa y alimentos o para pagar una consulta médica, comprar medicinas o acceder a la educación. Este es el contexto de las campañas en las que habremos de elegir nuestro voto. Habrá que ver cual de las campañas logra conectar mejor con las necesidades y las emociones de los mexiquenses.