



Somos MX, movimiento inicialmente bautizado como Marea Rosa en 2024. ARACELI LÓPEZ

Más de 60 partidos, organizaciones y frentes han recurrido al nacionalismo en su nombre o eslogan, aunque sin mucho éxito

Contiendas electorales

“México”, una *marca* que todos quieren en su propaganda

Recuento

RIVELINO RUEDA
CIUDAD DE MÉXICO

Del Partido Socialista Unificado de México en 1981 a México Tiene Vida en 2026, más de 60 instituciones políticas, agrupaciones, alianzas, coaliciones, y organizaciones civiles han utilizado el nombre del país para captar simpatizantes.

Sin embargo, el furor no parece estar fundamentado en resultados positivos. Los tres partidos que han llegado a Palacio —Partido Revolucionario Institucional (PRI), Partido Acción Nacional (PAN) y Movimiento de Regeneración Nacional (Morena)— no han recurrido a este membrete en su nombre, aunque el primero sigue llevando los colores de la bandera en su logotipo.

El nombre del país no es una marca registrada ni una patente dada de alta ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Por razones comerciales, de seguridad nacional o como símbolo de pertenencia de ciudades —como es el caso de Hecho en México, Golfo de México y CdMx (sigla de Ciudad

de México)—, se ha hecho, pero hoy, “México” se ha convertido en una especie de *marketing* electoral para captar simpatizantes.

Este fenómeno detonó desde hace al menos un cuarto de siglo. Aunque los últimos casos se han dado en semanas recientes.

Ahí está el ejemplo de Salvemos México, la enésima hechura del empresario Claudio X. González para formular una propuesta alternativa de reforma electoral y, de paso, meterle una zancadilla a la iniciativa en la materia de la presidenta Claudia Sheinbaum.

Otra más fue la presentación de Defensores de México, el frente que hace unos días anunció el dirigente nacional del PRI, Alejandro Moreno, para encarar los comicios de 2027.

Sólo en la elección presidencial de 2024 se dio el caso de una alianza, integrada por PAN, PRI y PRD, que también se envolvió con el nombre del país: Fuerza y corazón por México.

No sólo eso, sino que la candidata de esa coalición, la exsenadora panista Xóchitl Gálvez, usó como lema de campaña “Por un México sin miedo”.

Asimismo, Jorge Álvarez Máynez, abanderado presidencial de Movimiento Ciudadano (MC) en

esos comicios y hoy dirigente nacional del partido, no sólo contigó a un sector del electorado con canciones pegajosas en la contienda, sino también con su eslogan de campaña: “El nuevo México va en serio”.

Hay casos más recientes. Dos de las cuatro agrupaciones que están a un paso de conseguir su registro como partido político llevan el nombre corto de Estados Unidos Mexicanos. Una es el frente que en las elecciones de 2024 se bautizó como Marea Rosa, hoy con el membrete de Somos México o Somos Mx, y la otra es México tiene vida o Vida Mx, una agrupación regiomontana ultraconservadora.

Estrategia del siglo pasado

Primero fueron las nomenclaturas con gentilicios, en masculino y en femenino. A lo largo del siglo XX se observó esa dinámica

Entre los casos más recientes, dos de las cuatro agrupaciones que conseguirán su registro ante INE

Furor de la oposición por ese nombre

Partidos, alianzas y nuevos jugadores utilizan el nombre del país para jugar en la cancha política

● Año de fundación ● Partidos que la Integraron ● Estatus actual

PARTIDOS POLÍTICOS

Partido Socialista Unificado de México	Partido Verde Ecologista de México	México Posible	Fuerza por México
■ 1981 ■ Extinto	■ 1991 ■ Con registro nacional	■ 2003 ■ Extinto	■ 2021 ■ Extinto

ALIANZAS/COALICIONES

Alianza por México	Alianza por México	Compromiso por México	Por México al Frente
■ 2000 ■ PRD-PT-PAS-PSN-Convergencia	■ 2006 ■ PRI-PVEM	■ 2012 ■ PRI-PVEM	■ 2018 ■ PAN-PRD-MC
Todos por México	Fuerza y Corazón por México	Va por México	Salvemos a México
■ 2018 ■ PRI-PVEM-Panal	■ 2024 ■ PAN-PRI-PRD	■ 2021 ■ PAN-PRI-PRD	■ 2009 ■ PT-Convergencia

PARTIDOS EN FORMACIÓN

Somos México (Marea Rosa)	México Tiene Vida (Vida Mx)
■ 2026 ■ En espera de validez del INE	■ 2026 ■ En espera de validez del INE

• FUENTE: IFE, INE • INFORMACIÓN: Rivelino Rueda • GRÁFICO: Mauricio Ledesma

en el incipiente sistema de partidos en el país. Están los casos del Partido Comunista Mexicano (PCM), fundado en 1919, y del Partido de la Revolución Mexicana (PRM), en 1938, desde 1929 llamado Partido Nacional Revolucionario (PNR) y a partir de 1946 bautizado como Partido Revolucionario Institucional (PRI).

En la segunda mitad del siglo pasado aparecieron otros partidos que siguieron el mismo esquema: el Partido Auténtico de la Revolución Mexicana (PARM) y el Partido Demócrata Mexicano (PDM) son los casos más emblemáticos.

Sin embargo, en 1981 se da un giro. Luego de una reforma interna ese año, el otrora PCM determina llamarse Partido Socialista Unificado de México (PSUM). En 1991 apareció otra agrupación con esas características, el Partido Ecologista de México (PEM), que desde 1994 fue renombrado como Partido Verde Ecologista de México (PVEM).

Para las elecciones presidenciales de 2000, las de la alternancia en el poder, todo se salió de control respecto del membrete nacional.

Vicente Fox Quesada, el candidato que ganó esos comicios, utilizó el lema de campaña “México Ya”. Cuauhtémoc Cárdenas,

el abanderado de las izquierdas, encabezó una coalición denominada Alianza por México (PRD-PT-Convergencia-PAS y PSN).

Gilberto Rincón Gallardo, candidato del Partido Democracia Social (PDS), echó mano del lema “Démosle una rosa a México” y Manuel Camacho Solís, abanderado de su propio partido, el del Centro Democrático (PCD), enarbó el eslogan “Un solo México”.

Para 2001 las cosas tomaron otros derroteros en este tema. Desde Los Pinos se echó a andar una maquinaria para apuntalar las aspiraciones presidenciales de Martha Sahagún, esposa de Vicente Fox, para los comicios de 2006, con la presentación de la Fundación Vamos México. El asunto no prosperó, pero dejó un precedente para futuras agrupaciones políticas.

Los partidos y coaliciones que han recurrido al nombre de México no han logrado resultados triunfadores. Los eslóganes de campaña han tenido mejores dividendos; sin embargo, a pesar de que el membrete ha sido sinónimo de una baja cosecha de goles políticos, los competidores se han puesto la casaca del nacionalismo, el orgullo patrio y la defensa del país. La esperanza y la mexicanidad siempre mueren al último. ■