

# **The manipulated voter in Mexican political culture: An approach essay**

## **Sumario:**

*Introducción. El marco de la campaña electoral. La "defensa" del votante manipulado. La manipulación y la estrategia política. La teoría del voto en contra de los intereses propios. Conclusión. Bibliografía.*

## **Resumen:**

*La (supuesta) existencia de un gran número de votantes factibles de ser manipulados, genera en los procesos electorales una tensión considerable, pues implica que dichos individuos emitirán su voto de acuerdo con la opción elegida por el agente manipulador al margen de sus propios intereses. Independientemente de la veracidad de la premisa, su arraigo en la cultura política mexicana generó acciones y declaraciones que impactaron el proceso de la elección presidencial. Pero esta idea –la del voto en contra de los intereses del votante–, tiene en la tradición de izquierda un antiguo tratamiento que enlaza cuando menos a Marx, a Lenin y a Gramsci. Aquí se abordará el nexo entre ese tratamiento y la relación que existe con el México del 2012.*

**Palabras clave:** manipulación, votante manipulable, cultura política, intereses objetivos, liderazgo externo.

## **Abstract:**

*The (alleged) existence of a large number of voters feasibly to be handled, generated within electoral processes considerable stress, because it implies that these individuals will vote in accordance with the choice made by the manipulator agent outside their own interests. Regardless of the veracity of the premise, its roots in Mexican political culture, generated actions and statements that impacted the presidential election process. But this idea –that of voting against the interests of the voter– has in the Left tradition an ancient treatment that linked at least Marx, Lenin and Gramsci. Here we address the linkage between this treatment and the relationship with Mexico in 2012.*

**Keywords:** manipulation, manipulated voter, political culture, objective interests, external leadership.

**Artículo:** Recibido en mayo 30 del 2013 y aprobado en octubre 1 del 2013

**Alfonso Barquin Cendejas.** Doctor en Ciencias Antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. Es investigador de tiempo completo en la Dirección de Etnología y Antropología Social del Instituto Nacional de Antropología e Historia de México. Sus principales líneas de investigación en antropología política, son sobre teoría del poder y sobre políticas públicas con incidencia en la cultura de los grupos sociales.

**Correo electrónico:** albarcen@gmail.com.

# El votante manipulable en la cultura política mexicana: Un ensayo de aproximación<sup>1</sup>.

**Alfonso Barquín Cendejas**

**DEAS-INAH**

En este ensayo no se pretende generar certeza alguna sobre los puntos más polémicos de la elección presidencial que se desarrolló en México el pasado 2012, que culminó con una mayoría de votos para Enrique Peña Nieto y el desconocimiento del proceso por Andrés Manuel López Obrador, dadas las graves irregularidades. El conflicto que enfrenta a la izquierda con las demás opciones políticas, arranca de la incertidumbre producida en la cuestionada elección presidencial de 1988 y se mantiene por la continuidad de procesos de elecciones presidenciales con anomalías documentadas, con indicios sostenibles y desde luego, con exageraciones tanto sentidas como tácticas. Lo anterior se complementa con una cultura política específica de la realidad mexicana, muy sensible con relación a la idea de la manipulación masiva. Sin embargo, resulta inviable abordar aquí este segundo aspecto desde una posición legal y avanzar en su comprensión, por lo que el foco apuntará a insumos netamente culturales.

Lo que se pretende es analizar la creencia de que en México existe un número “x” de votantes, muy grande, a los que se les puede inducir con gran éxito la opción política por la que deben emitir su voto y exponer la necesidad que existe de recurrir a la idea del voto en contra de los intereses “objetivos” de los individuos por parte de aquellos grupos políticos que se ven en desventaja por la mentada manipulación y simultáneamente, el impacto que tiene esta posición en la acción política de las masas y su dirigencia.

El abordaje de tal premisa en el contexto de la elección presidencial de 2012, se origina por la posición ventajosa del candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en las encuestas levantadas desde el año previo a la elección; por la forma y contenido de su propaganda electoral y desde luego por la respuesta popular a estos hechos en el marco del proceso electoral, centrada en la aparición del movimiento juvenil #YoSoy132. La transformación de la creencia en acción política se dio independientemente de su fundamentación en evidencia empírica “dura”, pues la demostración efectiva de que existe dicha cantidad de votantes en todo el país, es a todas luces complicadísima y de hecho, dada la población de México, inviable.

Esta imposibilidad no lleva a suponer, que no existen individuos que en el marco de las campañas electorales sean factibles de manipulación o que de hecho lo estén; siempre hay una tasa de individuos que resuenan con las intenciones del manipulador, a partir de información parcial o falsa. El asunto es que la premisa central es tenida por cierta en diversos sectores de la población pues consideran que una parte pobre, ignorante y considerable en numerosa, es consistentemente manipulada en los procesos electorales para que voten al margen de sus intereses, por el candidato o candidatos que les son presentados de manera exógena. Al

Agradezco al Mtro. Miguel Dorantes sus comentarios al borrador de este trabajo

hacer como suyos estos juicios sobre la manipulación, aun sin evidencias empíricas, los individuos que opinan o participan en los procesos electorales los hacen “reales”, pues sus acciones y declaraciones, están determinadas por tales supuestos, es decir, forman parte de su cultura política y por ende, impactan en la vida política de manera efectiva.

Durante la campaña electoral del 2012, dos fueron los ejes polémicos que la caracterizaron: 1) Un imputado pacto entre Enrique Peña Nieto y la televisora TELEvisa, para usar las formas y métodos de la mercadotecnia de masas, con el objeto de que el electorado manipulable votara por este candidato, aun en contra de sus intereses, imponiéndolo de facto; 2) La masiva compra de votos en sectores pobres e ignorantes, como práctica común del viejo régimen, pero también como medida desesperada ante el fallo de la estrategia anterior. La segunda estrategia poco se tocará aquí, acaso sólo como contrapunto; la primera, en cambio, constituye el material básico.

Además de exponer las situaciones concretas y particulares en la campaña electoral se tocarán algunas ideas derivadas de la tradición marxista, que están profundamente relacionadas con el tema. Dentro de los principios rectores del materialismo histórico, la determinación de la conciencia –lo superestructural- por las condiciones materiales de producción –lo estructural-, ocupa un lugar fundamental. Este maridaje de carácter histórico, pero también ideológico, genera una tensión insoluble en el marco de los sistemas democráticos, pues dado que la mayoría de la población no es poseedora de los medios de producción o del capital, su opinión en una elección debería estar orientada hacia la disolución del dicho sistema que funciona en contra de sus intereses de clase no poseedora. Sin embargo, como su conciencia está definida por la ideología de carácter capitalista y por lo tanto, su voto se emite en un porcentaje importante por opciones afines al sistema y contrarias a sus intereses “objetivos”; más aún, en los sistemas democráticos las opciones electorales antagónicas, es decir genuinamente anti sistémicas, raramente existen o no son exitosas. Esta condición –la de que las ideas dominantes son las ideas de la clase dominante- fue magistralmente enunciada por Carlos Marx y Federico Engels en *La ideología alemana* y tiene como corolario, que un cambio de

pensamiento sólo es factible mediante un proceso revolucionario, al presentar las ideas de las clases no dominantes como nuevas y universales (Marx y Engels, 1974: 50-2). Pero en esta tarea del pensamiento, no todos son revolucionarios y sólo fragmentos de la sociedad, individuos específicos, pueden detonar dicho proceso. Esta noción básica del ideario político marxista, tiene en Vladimir Ilich Lenin uno de sus expositores más acabados, al aseverar en el célebre *¿Qué hacer?* que solo no es posible generar conciencia política de clase en los dominados más que desde el exterior, pues en caso contrario, sus acciones y posiciones de inconformidad caerán espontáneamente en situaciones reformistas de ideología burguesa (Lenin, 1961: 150). Las complicaciones derivadas de la persistencia de la ideología dominante y la resistencia a su continuidad cultural, fueron abordadas por Antonio Gramsci, mediante el concepto de “Hegemonía”, que plantea que el dominio en un grupo no surge automáticamente de la pura homogeneidad del grupo y por ende, que la obediencia tenga que ser automática. Falta lo que él mismo define como liderazgo intelectual y moral, con lo que abrió la puerta a las consideraciones de tipo cultural (Gramsci, 1998: 41).

Estos temas brevemente bosquejados tienen un objetivo central. Poner en evidencia el recurrente esquema que relaciona clases dominantes y dominadas, y paralelamente, la refractaria situación que se “da” en los dominados para identificar sus propios intereses, lo que desemboca en la imposibilidad de reconocer que ciertas ideologías o prácticas políticas son contrarias a su situación de clase. Esta “debilidad” en el análisis de sus intereses objetivos, define que a nivel subjetivo se puedan aceptar ideologías o propuestas políticas que son claramente manipuladoras y que tales fenómenos son posibles, merced a la información parcial o falsa de los dominados. Solo entonces, desde fuera, un núcleo informado y “objetivo”, puede eliminar esta conciencia errónea y orientar la práctica y el discurso político hacia los fines auténticos de la clase no poseedora.

Sin embargo, aun en la documentada teoría marxista, la existencia de un individuo manipulado y manipulable no está determinada de manera cuantitativa: es una creencia derivada de la definición de unos intereses objetivos de clase y por ende, al margen de la continuidad cultural que establece, no la



imposibilidad de dichos intereses, sino la dificultad individual y colectiva de cambiar de “intereses” como se cambia de preferencias cotidianas. Por ello, en la exposición del tema de la manipulación que se ejerció sobre el votante en las elecciones del 2012, se debe llevar en mente, no que el proceso electoral mexicano esté definido en términos de clases económicas contrapuestas, sino que desde una parte de la sociedad y de la izquierda partidaria, se acudió a la idea de que existen votantes que sufragaban en contra de sus intereses objetivos sin darse cuenta, pues están manipulados. Esta asunción que desemboca necesariamente una estrategia de tipo leninista, es decir de liderazgo exógeno y de revelación de los intereses genuinos con exclusión de las razones de los “manipulados”, fue la que en efecto observó el candidato del “Movimiento Progresista” Andrés Manuel López Obrador y los actores secundarios que lo acompañaron. El efecto fue remachar en la agenda electoral el tema de la existencia de mexicanos pobres o ignorantes en número suficiente para distorsionar el resultado final de la elección con la manipulación de su voto. Ese proceso, tuvo como consecuencia que actores que se consideraban “más” informados, los estudiantes que formaron el movimiento #YoSoy132, dedicaran una parte substancial de su batalla política a confrontar a la entidad que suponían como manipuladora principal o como el medio de difusión de tal manipulación; para el caso mexicano se está hablando de la compañía de medios audiovisuales TELEVISIA. Dicha disputa pública derivó, de manera lógica y sorprendente, en la desaparición de la mayoría manipulada de la escena política, pues el conflicto se da solamente entre la televisora y quienes le exigieron detener la manipulación e informar veraz y objetivamente a esta “dócil” mayoría, de forma tal que pueda expresar “libremente” su preferencia, al votar en contra del candidato del PRI porque no representa sus intereses.

Un corolario lógico de estos argumentos, es que “del otro lado de la barda”, están, en efecto, las intenciones –reales o ficticias– de la entidad responsable de la manipulación: la compañía de televisión TELEVISIA. En este caso y como se ha aseverado, resulta irrelevante para el estudio de esta dimensión de la cultura política mexicana, si los dueños y directivos de la empresa “creen” o no, en la posibilidad de la manipulación. La evidencia muestra que la línea editorial mayoritaria de TELEVISIA es en

general básica, con bajas pretensiones en educar y altas expectativas sobre el entretenimiento y la información sin grandes cuestionamientos. Pero este desdén por el nicho de mercado al que sirven, no necesariamente implica un impulso político-electoral manipulador como condición suficiente, no obstante ser condición necesaria. Más allá de este cerrado arcano de conocimiento, pues no podemos saber las “verdaderas” intenciones de la televisora, es que la línea editorial de TELEVISIA produce en un sector importante de la sociedad mexicana la “certeza” de que la televisora es el gran manipulador del país. La situación anterior define un fenómeno de retroalimentación en las opiniones políticas con una gran diferencia: los partidos antagónicos hacen declaraciones públicas afirmando el tema, con conocimiento o sin este, pero que resuenan con la percepción de un sector significativo de la población que así lo cree y que actúa políticamente en consecuencia; la televisora en cambio, únicamente niega la situación, lo que refuerza la percepción de un sector importante de la población que así lo cree y que actúa políticamente en consecuencia.

Como se observa, es un ciclo permanente y sin salida que conduce la acción y la declaración política al mismo lugar, salvo en un caso: que la televisora modifique su línea editorial de acuerdo con las demandas del grupo inconforme. Esta única salida, regresa nuevamente al tema y retoma la perspectiva leninista: modelado ahora con el televidente “consume” programación contraria a sus intereses objetivos, y que por lo tanto, un grupo que sabe las formas objetivas de programación que le convienen, propondrá los cambios necesarios. Pero esto ocurrirá ya, como se ha comentado, de manera exógena y al margen de las expectativas del televidente promedio.

Por todo lo anterior, se buscará evidenciar el camino que recorrió en términos discursivos y de acción política, el concepto del votante manipulado y su papel en la cultura política de México. Expuesta la evidencia sobre la confluencia que surgió entre la visión partidista de cara a la elección presidencial y el espontáneo movimiento juvenil #YoSoy132, se analizarán los problemas que surgen al desestimar las razones y la cultura de los sectores supuestamente manipulados, exponiendo las dificultades que surgen al introducir, como un discurso político pero no analítico, la idea de unos intereses objetivos que deberán prevalecer

sobre las razones subjetivas de los individuos manipulados.

§

Desde que inició su gestión como gobernador en el Estado de México en el año 2005, Enrique Peña Nieto jugó y aprovechó el papel mediático que le reprochaban sus adversarios políticos. Dicha realidad tuvo un impulso adicional, por la percepción generalizada en los medios políticos y de comunicación difusión, que él era el próximo candidato a la presidencia por el PRI. Contrató para la difusión de sus logros de gobierno a Angélica Rivera primero y a “Lucerito” después, ambas estrellas destacadas de la programación del canal principal de TELEVISIÓN, el canal 2, “El canal de las estrellas”. Esta cercanía con la televisora, a través de figuras importantes de su elenco, se vio reiterada con el cuidado nivel de producción de los mensajes para su promoción y la frecuencia en pantalla. Adicionalmente, su pulcra figura, que remataba con un peinado engomado “con copete”, reforzaba la idea de ser un personaje centrado en su apariencia personal y no en su capacidad. Como colofón de este relato, el 12 de noviembre de 2008 en el programa “Shalalá” de TV Azteca, Peña Nieto informó del noviazgo que mantenía con Angélica Rivera y que culminaría con su matrimonio en noviembre de 2010. A partir del conocimiento de su relación con la actriz, las suspicacias sobre su relación con TELEVISIÓN tomaron cuerpo a la luz de informaciones sobre los gastos excesivos u ocultos del Gobierno del Estado de México, en el marco de la promoción a nivel nacional, de sus logros como gobernador de orden nacional y en particular los correspondientes a su 5º Informe de Gobierno en el año 2010. Tanto el semanario *Proceso*, de circulación nacional, como el diario británico *The Guardian*, aportaron informaciones en este sentido, aunque con fuentes y documentación no comprobable, y por lo tanto, no originaron sanciones en ninguna de las instancias legales correspondientes: a saber, el Instituto Federal Electoral (IFE) y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).

Un indicio claro ejemplo de la intromisión de la política partidista en la programación cotidiana, lo constituye el caso que se expone en la sanción al Partido Verde por 194 millones de pesos aplicada por el IFE en enero del 2012 por “integración de producto”, es decir, la integración de mensajes políticos en el contenido regular de medios masivos de

comunicación, en este caso, 397 spots en la revista *TV y Novelas*, 172 en la revista *Vértigo* y 23 ocasiones en el cuerpo de la telenovela *un gancho al corazón de la televisora TELEVISIÓN*. Estas incorporaciones ocurrieron entre agosto de 2008 y junio de 2009 en el contexto de las elecciones federales intermedias. La naturaleza de la multa es clara: hay una violación al principio de equidad en las campañas al utilizar tiempos, canales y formas no permitidas por la legislación y que dieron ventaja al Partido Verde frente al resto de los partidos políticos. No se desprende de esta violación al espíritu de una competencia pareja, una confirmación de la posibilidad de la manipulación masiva, y aunque si bien esta acción ilegal no tiene relación directa con la campaña presidencial de Peña Nieto, sí marcó un precedente que fue mencionado insistentemente, pues el PRI estableció para esta contienda una alianza con el Partido Verde, lo que generó especulaciones explicables.

No obstante estos precedentes, durante la campaña presidencial el principio de equidad en noticieros de medios electrónicos fue atestiguado por la Universidad Nacional Autónoma de México, que monitoreó con relación al porcentaje de tiempo total dedicado a cada candidato. El ejercicio arrojó un resultado aproximadamente equilibrado, con un 26.1% para Josefina Vásquez Mota; 26.3% para López Obrador; 30.1 para Peña Nieto; y 17.38% para Gabriel Quadri, entre el 30 de marzo y el 27 de julio de 2012. Cabe destacar que en estas mediciones se buscó detectar opiniones positivas o negativas al referir la información, mostrando resultados marginales en ese sentido.

Pasada la elección el 27 de agosto el TEPJF, rechazó, el 27 de agosto, todas las impugnaciones sobre “Propaganda Encubierta” que el Movimiento Progresista presentó contra la Coalición Compromiso por México, ratificando la decisión tomada previamente por el IFE sobre la misma denuncia. Asimismo, el 30 de agosto fue también desestimada la demanda por violación a los preceptos constitucionales que contenía los 10 puntos centrales y que fueron para argumentarla y que presentados por Andrés Manuel López Obrador en conferencia de prensa del 7 de agosto, notablemente: “...el primero es la actitud tendenciosa en medios de comunicación para favorecer a Enrique Peña Nieto. El segundo fundamento es el manejo de encuestas en medios de comunicación para



hacer propaganda a favor de Peña Nieto, por lo que se presentará un estudio de cómo se falsificó la realidad”. Al no haber impedimentos legales, esto determinó que al día siguiente, el 31 de agosto, Enrique Peña Nieto recibió la constancia de mayoría que lo acreditaba como el próximo presidente del país.

Al margen de consideraciones jurídicas sobre el tema, es notable la disputa, no sobre los porcentajes concretos de presencia en los medios, sino sobre un tema que atañe a la debilidad o falta de criterio del elector, al asumirse que la actitud tendenciosa de los medios (centralmente TELEVISA y Grupo Milenio que eran los más imputados), implicaría en automático la adhesión del votante manipulable al candidato del PRI o que la presunción constante en todas las encuestas, de que la ventaja de Peña Nieto sobre López Obrador era evidente, llevaría al elector a cambiar su voto por el solo placer de ganar, aun “perdiendo”, es decir, por votar en contra de sus intereses genuinos. Esta controversia, que apunto, se desprende de declaraciones a lo largo de la campaña electoral hasta el día de la elección el 3 de julio de 2012, y como todas las argumentaciones posteriores a la fecha, busca exponer la línea argumental discursiva del candidato del Movimiento Progresista, en torno al argumento central del ensayo, pues López Obrador supone la existencia de un número lo bastante grande de electores manipulables, para impactar la elección a favor del contubernio entre Peña Nieto y TELEVISA. Cierto es que en la realidad mexicana, donde la elección presidencial anterior se ganó por una cuestionada ventaja, célebre, de 0.56%, cualquier voto es relevante. En ese sentido es adecuado y además justo, que se argumente el tema de la manipulación. Sin embargo, ¿de qué tamaño se supone es la cantidad de votantes manipulables? Resulta, se había dicho, inviable determinar el número; no obstante, al hacer del tema de la manipulación uno de los ejes centrales de la campaña, parece presumirse que el número es muy alto. Se remachó con ello en la cultura política popular la existencia de grandes cantidades de individuos que obran en contra de sus intereses de grupo y la certeza de la –izquierda– de que, al denunciar la manipulación, también se les presentan los intereses genuinos de ese colectivo y por lo tanto, al descubrirlos, cambiarían el sentido inicial de su voto. Hay que hacer notar que la línea discursiva de López Obrador enfatizó que

su proyecto era el único proyecto que representaba los intereses de la mayoría del país, frente al “otro” que era el de unos cuantos; si bien matizó y eliminó el dicho de los otros como “la mafia del poder”, mantuvo la idea que solo había dos proyectos de nación, el suyo, de “un cambio verdadero” o “más de lo mismo”, representado por los otros tres candidatos. Hay que recalcar, que en términos estrictos de votación, cualquier propuesta partidista en México difícilmente alcanzará una mayoría absoluta (50%+1), por el competido esquema de tres partidos mayoritarios. En ese sentido, la estrategia discursiva de un proyecto de nación que representa los intereses de la mayoría, choca con la realidad minoritaria de la izquierda en términos absolutos. Dicha condición, en realidad es semejante para los demás partidos, que sólo pueden aspirar a una mayoría relativa; de ahí que los discursos de cualquier candidato, partidista que plantean temas o acciones como necesarios para la “mayoría” a partir de su visión ideológica, son útiles para reafirmar la propia convicción, pero tienden a producir en los electores antagónicos, una actitud “impermeable” sobre los argumentos enunciados.

§

El efecto de las declaraciones partidistas sobre el contubernio entre TELEVISA y Peña Nieto, tuvo en el movimiento #YoSoy132, el ejemplo más notable de la cultura política mexicana al respecto de la existencia de un votante manipulable. Son evidentes dos hechos: 1) Que no se puede tener la certidumbre de que la insistente táctica del Movimiento Progresista, y en particular de Andrés Manuel López Obrador, sobre la “imposición” del candidato del PRI, sean los causantes directos del contenido central de la inconformidad juvenil por el regreso del Partido Revolucionario Institucional; y 2) Que dado el carácter profundamente colectivo y de masas, las expresiones juveniles sobre el tema de la manipulación, son reveladoras de una arraigada cultura política al respecto en ese sentido.

El proceso que detonó la génesis del movimiento #YoSoy132 es muy claro y pone en evidencia su independencia de las cúpulas partidistas, por lo que la convergencia en el tema de la manipulación mediática no es un producto mecánico de las necesidades electorales del Movimiento Progresista o de Andrés Manuel López Obrador. Fue patente la

autonomía con la que se condujo el movimiento con relación a los partidos políticos, no obstante la presencia, de individuos con militancia partidista o simpatías ideológicas que para el caso del “votante manipulado”, muestra convergencias intensas. La aparición y desarrollo del movimiento juvenil puede ser seguida casi al detalle mínimo, dada la abundante evidencia documental en periódicos, revistas y sitios de internet.

Paralelamente a la decidida campaña de López Obrador, que apuntaba uno de sus ejes polémicos a la manipulación televisiva, las televisoras de mayor cobertura nacional: TELEVISA y TV Azteca, se negaron a transmitir el debate entre los candidatos presidenciales, programado para el 5 de mayo, a través de sus canales de mayor cobertura. TELEVISA argumentó que siempre lo habían transmitido por el canal 5, de cobertura más limitada que el canal 2, y TV Azteca, que un partido del fútbol nacional tendría mayor audiencia que el debate, por lo que le asignó un espacio secundario. Estas muestras de desdén y supuesto realismo de mercado, frente a los intereses políticos de sus audiencias, inflamó aún más el debate sobre la manipulación televisiva. En este contexto, y teniendo como fondo el irónico tono de López Obrador que declaraba ya en marzo de 2012 argumentos del tipo: “Han hecho de este personaje [Peña Nieto] una telenovela. Mucha gente no sabe realmente lo que representa, porque todo es un empaque con un producto chatarra adentro”, con lo que enlazaba manipulación mediática y electores manipulados. A este tipo de declaraciones sobre su filiación con TELEVISA, Peña Nieto le responde en el primer debate, con la conocida frase: “Si la televisión hiciera presidentes, usted sería presidente”, aludiendo al supuesto gasto millonario en publicidad que López Obrador realizó siendo Jefe de Gobierno del Distrito Federal. Esta última declaración -más allá de su veracidad o falsedad- intensifica el debate sobre el tema de la existencia de votantes manipulados, pues atribuir a sus adversarios las mismas prácticas que se le imputan, no libera al priista de las acusaciones enunciadas una simple declaración negativa sobre el tema, porque como se ha sostenido, en el sector que se percibe como real el fenómeno de la manipulación, tales declaraciones tienen un efecto mitológico, es decir, funcionan como piezas que ayudan a seguir pensando sobre el hecho, independientemente de sus atribuciones de verdad.

Este somero contexto es el marco en el cual Peña Nieto acude el 11 de mayo a la Universidad Iberoamericana para sostener un encuentro-debate con sus estudiantes. Que lo que ahí ocurrió es el punto de inflexión de toda la campaña electoral, no hay ninguna duda. Peña Nieto fue aplaudido y cuestionado. Lo más notable fue el difícil ambiente que enfrentó el candidato, regularmente presentado en ambientes controlados. Su papel en el conflicto, el tema de Atenco, generó gran tensión, pues fue calificado de represor y el ex gobernador defendió el uso de la fuerza legítima y legal del Estado asumiendo la responsabilidad.

!Para los efectos de este trabajo, lo relevante no fue lo que se dijo de uno y otro lado, pues eran posiciones entendibles y previsibles, sino el contacto físico, cara a cara, que produjo cuestionamientos directos al candidato, derivando en el encierro de Peña Nieto en un baño y su salida atropellada entre gritos y demandas. Lo relevante, fueron los comentarios de algunos dirigentes de la coalición PRI-PV que arrojaron dudas sobre lo auténtico de las manifestaciones en contra del candidato. Arturo Escobar, del Partido Verde (PV), declaró que la reunión había sido reventada por grupos de “pseudo-estudiantes” cercanos a López Obrador y Pedro Joaquín Coldwell, presidente nacional del PRI, que debía investigarse el hecho por las autoridades universitarias (Mauleon, 2012). En los noticieros del día se hicieron reseñas más o menos equilibradas, que dedicaron entre dos minutos y nueve minutos de tiempo en pantalla. Sin embargo lo que quedó, fue la indignación de los estudiantes por ser llamados vendidos o acarreados y la sensación de haberse presentado información manipulada en la cobertura informativa del evento, en particular por el noticiero nocturno de TELEVISA conducido por Joaquín López Dóriga. Esto motivó que 131 estudiantes, que participaron en el cuestionamiento al candidato del PRI, subieran a la red un video en el que mostraban sus credenciales como estudiantes de la universidad, para exponer la falsedad de los dichos. Como consecuencia, a partir del 14 de mayo, el hashtag #YoSoy132, en el que una multitud de jóvenes se agregaba a estos 131 individuos iniciales se volvió una etiqueta popular, inclusive al nivel de ser un trendig topic mundial, que condensó la indignación ante la manipulación de los medios masivos, en particular por TELEVISA, para beneficiar a Enrique Peña Nieto. El crecimiento fue más que evidente, el 18 de mayo, cuando



aproximadamente 800 estudiantes de la Ibero, La Salle, la Anáhuac, el Tec de Monterrey y el ITAM, acompañando a los célebres 131 alumnos del video, realizaron una marcha a TELEVISIÓN de Santa Fe, protestando por la sesgada y manipuladora cobertura del suceso particular en la Ibero en particular y de toda la campaña en general. Fue tal la explosión del tema en medios e internet, que el lunes 20 en el noticiero matutino de TELEVISIÓN, Carlos Loret de Mola comentó sobre las declaraciones de manipulación y dedicó 20 minutos a la cobertura del hecho (Mauleón, 2012). Así las cosas, el 23 de mayo, el movimiento #YoSoy132 convocó, de manera no centralizada y, por las redes sociales, a una marcha de la “Estela de Luz” a TELEVISIÓN Chapultepec, para manifestarse en contra de la manipulación mediática, de la candidatura de Peña Nieto y de la imposición que la televisora pretendía lograr con el candidato del PRI. Pancartas con frases como: “Televisa idiotiza”, “Queremos escuelas no telenovelas”, “La vacuna contra la manipulación es la educación” y “Lucero, Gaviota se acabó la caja idiota” entre otras, tocaban el tema. Mención especial merece la fotografía de una muchacha bonita que cargaba una cartulina con el mensaje: “Soy bonita pero no pendeja. Anti PRI”, que adquirió dimensiones virales en las redes sociales y que resolvía de manera popular la antinomia que se atribuye al papel antagónico entre la belleza y la inteligencia. A partir de ahí, el movimiento #YoSoy132 consolidó su “etiqueta” como el membrete mediante el cual los jóvenes –cualquiera de ellos- manifestaban su inconformidad con las condiciones descritas del proceso electoral, y se institucionalizaban la práctica de que en las movilizaciones por venir, tendrían a las instalaciones de TELEVISIÓN, como un centro de convergencia obligada.

•El afianzamiento de un movimiento político muy interesante y novedoso, al margen de las formas político-partidistas acostumbradas, generó altas expectativas y tasas de participación, que dieron a este grupo proyección y dimensión nacional e incidentalmente internacional, a gran velocidad. Para el 30 de mayo fueron capaces de organizar en el Campus de la Universidad Nacional Autónoma de México, una reunión de carácter nacional, con representantes de instituciones universitarias de todo el país, juntando alrededor de 2000 personas. La agenda que los convocaba quedó declarada en el manifiesto que el movimiento presentó el 23 de mayo. Puntos relevantes fueron:

- “Los estudiantes de este país creemos que una condición necesaria para corregir esta situación consiste en empoderar al ciudadano a través de la información, ya que esta permite tomar mejores decisiones políticas, económicas y sociales”.
- “La información hace posible que los ciudadanos puedan exigir y criticar de manera fundamentada a su gobierno, a los actores políticos, a los empresarios y a la sociedad misma. Por eso Yo Soy 132 hace del derecho a la información y del derecho a la libertad de expresión sus principales demandas”.
- “El movimiento Yo Soy 132 declaró que es un movimiento apartidista y constituido por ciudadanos, por tanto no expresa apoyo o rechazo a ningún candidato político”.

Hay que hacer notar que las dos primeras sentencias son adecuadas, justas y constituyen ejes fundamentales de las democracias contemporáneas. El asunto relevante es el efecto macroscópico en la dinámica del movimiento estudiantil, que supone, según se ha reiterado, que existe un número muy grande de electores que no tienen tal tipo de información. Esta presunción deriva únicamente del hecho de que han manifestado una preferencia, medida en las encuestas, por el candidato del PRI. Es decir, el dato “duro” no es la medición de una cierta tasa de manipulación, sino llanamente, la delantera de un candidato que, afirman los inconformes, es contrario a los intereses de estos votantes. Estos últimos son tenidos, de acuerdo con su propaganda, como “idiotas” a causa de su bajo nivel educativo y su preferencia por las “telenovelas”; según se desprende de los mensajes plasmados en las pancartas y las consignas mensajes a nivel de calle. La tercera sentencia, que expone el deseo de los redactores por moderar su nexo con algún partido, naufragó por las presiones al interior del mismo movimiento al declararse en asamblea general del 5 de junio de 2012 como oficialmente “Anti- Peña Nieto”. Para los temas aquí tratados la declaración no es cuestionable; únicamente puso en evidencia el nexo orgánico entre el tema de la manipulación de los medios, con TELEVISIÓN a la cabeza-, y el candidato con la delantera en las encuestas, es decir, era una

consecuencia obligada de la asunción de la premisa sobre la manipulación que da origen a este trabajo.

La actividad, el trabajo y magnitud del movimiento del movimiento fueron creciendo hasta convertirse en un tema de gran magnitud. Dentro de los efectos específicos que logró, al margen del efecto político macroscópico, fue que en primer lugar lograron que las televisoras transmitieran el segundo debate del 10 de junio por sus canales de mayor cobertura, es decir el canal dos de TELEVISIÓN y el canal trece de TV Azteca. Esta demanda era consistente con el tema de la manipulación, pues dada la máxima difusión nacional, la información de las propuestas de los cuatro candidatos llegaría sin distorsión interesada a todos aquellos votantes que se suponían manipulados y por ende, se abriría la posibilidad de que cambiaran su voto a favor de sus intereses y no, como venía ocurriendo, en contra. El segundo efecto, fue la fuerza de la convocatoria que se emitió para un debate organizado por #YoSoy132 el 19 de junio, por encima de las convocatorias de diversos medios tradicionales. Tres de los cuatro candidatos aceptaron sin condicionamientos; en el caso de Peña Nieto, declinó asistir, con el argumento de no haber condiciones de equidad, pues el convocante era oficialmente una entidad "Anti Peña Nieto".

El último hecho a reseñar es el cerco y toma simbólica de las instalaciones de TELEVISIÓN por 24 horas, del 27 al 28 de junio, a tan sólo unos días de los comicios. La acción es consecuente con el planteamiento general del movimiento, de ser esta televisora el gran elector en este proceso y por lo tanto, se ve el posible triunfo de Peña Nieto como una imposición de TELEVISIÓN. Las manifestaciones populares durante el suceso, se alinean con la idea general del votante manipulado, y repitieron algunas de las sentencias mencionadas arriba, más algunas nuevas: "Televisa insulta tu inteligencia", "Televisa te idiotiza. TV Azteca te apendeja", "¡Apaga la pinche tele!", "Televisa autora del fraude electoral", y múltiples imágenes que combinaban el logo Televisa: con la banda presidencial cruzada; con Peña Nieto en el centro; con imágenes de copetes; símbolos nazis; o rostros cegados por una venda con el logotipo de la empresa. Adicionalmente en un estrado, grupos musicales entonaban canciones compuestas expresamente para ese

día, con estribillos que tocaban el tema de la manipulación y el votante manipulado.

Paralelamente al movimiento de los jóvenes, las campañas seguían con su dinámica propia, no obstante haber virado hacia la inclusión de diversos temas de su protesta, de acuerdo con las estrategias e ideologías particulares de cada candidato. Sobre el tema en particular, resta mencionar que en la recta final, las referencias al argumento de la manipulación fueron decayendo en el discurso del Movimiento Progresista e incluso en los medios electrónicos, por el de la compra de votos. En el programa Tercer Grado, de TELEVISIÓN, el 6 de junio, López Obrador respondió a pregunta expresa sobre su posición con el resultado de la elección: "Por eso en este 2012 no va a haber conflicto, voy a hacer todo de mi parte, he hecho de esto un apostolado, he luchado para transformar al país. Pero si la gente quiere más de lo mismo ¿qué hago? Sería masoquismo colectivo". La declaración se alinea con la idea de que la gente va a elegir intereses ajenos, manipulados, en contra de sus intereses propios y objetivos; inclusive con gusto por el sufrimiento. Sin embargo, los otros temas presionaban ya el discurso. El 15 de junio, en entrevista con el periodista Javier Alatorre en TV Azteca, López Obrador declaró: "Una televisora en particular -El candidato de los de arriba y de los medios- se pensaba que con la publicidad y con la mercadotecnia, con una telenovela era suficiente y lo tenían hasta arriba, habían inflado esa candidatura [...] y se les olvidó que el pueblo de México era mucha pieza y se les olvidaron los jóvenes". El cambio sobre el tema del dinero directo a los electores que no pudieron manipular, invadió el discurso de la izquierda hasta el final de la campaña. Casos como el del Banco Monex, las tarjetas de la tienda de autoservicio Soriana, el caso Aquino y otras referencias al dinero excesivo o ilegal coparon el panorama, dejando el tema de la manipulación en un segundo nivel.

§

Y se dio la elección el 1º de julio. El resultado final arrojó 19.226,784 votos para Enrique Peña Nieto, frente a 15.896,999 votos de Andrés Manuel López Obrador, esto es, 3.329,785 votos, que suponen una diferencia del 6.62%. El candidato con el segundo lugar no aceptó el resultado, argumentando las graves irregularidades ocurridas durante los días que siguieron a la elección. El más destacado, era que se habían invertido hasta



5,000 millones de pesos en la compra de 5 millones de votos. Si ello fuera cierto, el resultado de la elección hubiera sido distinto, dándose el triunfo de la izquierda por una diferencia de alrededor de 1.7 millones de votos. Esto significa que el total votos no comprados que obtuvo Peña Nieto, luego de hacer la resta, sería de 14.2 millones de votos. Retomando el tema de este trabajo, ¿cuántos de esos votos fueron emitidos de manera manipulada? Ni desde el Movimiento Progresista, ni desde el movimiento #YoSoy132 se generó cálculo o reflexión sobre el particular. Es comprensible que por las evidencias que ellos presentaron ante el tribunal electoral, los cinco millones de votos comprados serían la única cifra concreta y quedaría el tema de los votos manipulados, como un argumento ambiguo sobre las condiciones de inequidad electoral que violentaban el espíritu de la Constitución Mexicana. Sin embargo, el 2 de julio López Obrador aseveró al respecto del resto de votos no comprados: “Se votó para mantener el régimen de corrupción, no tengo la menor duda de que eso significa el voto”. El 12 de agosto en la “Expo-fraude”, desarrollada en el Zócalo de la Ciudad de México, López Obrador reiteró los argumentos sobre la compra de millones de votos, puntualizando que no se podía juzgar a los que por hambre o pobreza, vendieron su voto. Pero en relación a la manipulación resonaba con la tendencia general, que hacía del tema algo ya marginal.

Ya sabemos bien que, desgraciadamente, la mayoría de los medios de comunicación están al servicio de la cúpula del poder. ¿Ustedes le creen a la televisión? [...] Tan es así que miren lo que sucedió durante la elección, ¿cuál fue el diseño original? Proyectar a Peña en los medios de comunicación, hacer de Peña una telenovela. ¿Sirvió eso de algo? No les funcionó. Por eso tuvieron que recurrir a la compra del voto, al uso del dinero para comprar lealtades y para comprar conciencias. Ya no funciona la manipulación en medios de comunicación.

La inviabilidad del votante manipulado y su suplantación por el votante comprado o corrupto en el discurso de López Obrador expone la mencionada tendencia general entre la última quincena de junio y el 31 de agosto, cuando el tribunal desestimó los argumentos presentados porque el Movimiento Progresista presentó, al cambiarse del tema de la manipulación televisiva, a la de la

“imposición” de Peña Nieto, en donde ya entraban en escena instancias estatales como el IFE y el TEPJF, el Gobierno de Calderón y todos los actores que validaban legalmente o por vía la legitimación, la supuesta imposición del candidato del PRI. Esto expone que, por un lado, desde la región de los principales afectados, López Obrador y el Movimiento Progresista, la manipulación no funcionó y dio paso a la compra del voto o a la alineación con el sistema de corrupción. Sin embargo, desde el ámbito de la cultura política expuesta en el movimiento #YoSoy132, a pesar de que no hubo una alineación automática con la estrategia de impugnación, legal o discursiva del Movimiento Progresista, la tensión y la atención sobre las televisoras decayó notablemente, porque ahora el tema central estaba enfocado en los poderes del Estado que convalidaron la imposición. Aun con eso, en la “Marcha Fúnebre por la Democracia” del 1° de septiembre frente al Congreso de la Unión, se observaron algunas cartulinas relacionando a TELEvisa con Peña Nieto, pero casi ninguna dirigida directamente al votante manipulado como había sido anteriormente. No se considera que haya desaparecido de la cultura política de los participantes la idea de un votante manipulado mayoritario, pero no correspondía ya al momento político, para mencionarlo o interpelarlo.

§

¿Cómo embona en toda la exposición anterior el pensamiento marxista de los autores referidos? Se había hecho énfasis en la idea del conflicto entre clase y pensamiento, pues de acuerdo con lo expuesto, hay una relación simbiótica –estructural/super estructural, se diría- que resulta conflictiva para la clase desposeída, porque tiene la ideología capitalista, pero carece del capital. Esto en términos de acción política resulta complejo, pues si se busca una mejoría de la situación cotidiana, los límites de la mejoría son los propios límites del sistema de clases. Sobre esto llamaba la atención Lenin al declarar que la mejor manera de romper esa frontera ideológica era mediante la acción de agentes externos, pues la clase trabajadora por sí sola quedaría siempre atrapada en una falsa mejoría que no rompía el dominio de la clase burguesa. Una cita de Kautsky a la que hace referencia Lenin, es demostrativa:

“...el portador de la ciencia no es el proletariado sino la intelectualidad burguesa: es el cerebro de algunos miembros de esta capa de

donde ha surgido el socialismo moderno, y han sido ellos quienes lo han transmitido a los proletarios destacados por su desarrollo intelectual, los cuales lo introducen en la lucha de clases del proletariado allí donde las condiciones lo permiten. De modo que la conciencia socialista es algo introducido desde fuera en la lucha de clases del proletariado, y no algo que ha surgido espontáneamente dentro de ella”. (En: Lenin, 1961: 149).

No hay mucho que comentar al respecto. Salvo que cuando en una confrontación política un grupo se acerca a individuos que quiere agregar a su movimiento, pero que son reacios a integrarse a su fracción al obrar en contra de su interés objetivo, la introducción de temas e ideas expertas desde fuera resulta obligada, como también descartar las razones contrarias del enajenado, pues aunque estos obran de buena fe lo hacen sin el conocimiento “objetivo” de la realidad; por tanto, deben ser desestimados en alguna medida sus pensamientos de naturaleza reformista.

La convergencia entre los intereses de clase erróneos y las preferencias electorales “equivocadas” para el caso de la cultura política mexicana en el 2012, es clara a la luz de lo declarado por Kautsky, pues el votante manipulado aunque vote de buena fe por Peña Nieto, lo hace por razones contrarias a su beneficio, por ende, “debe” ser un actor movimiento exterior y más educado quien tiene que declarar la improcedencia de dicho voto e introducir desde fuera los argumentos contrarios a esa conducta tradicional, pues el voto en contra del PRI, “no se dará de manera espontánea”.

Sin embargo, Gramsci reflexiona sobre la complejidad de producir un quiebre en la continuidad cultural de la hegemonía dominante, al trabajar teóricamente, la existencia de fuerzas de estabilidad centenaria en los sistemas democráticos capitalistas. Si bien como Perry Anderson analiza, las definiciones gramscianas sobre la hegemonía tienen varios ángulos problemáticos, que derivan en gran parte de las duras condiciones de trabajo en la cárcel y sobre todo, de la censura sistemática a la que eran sometidos sus trabajos. En principio y en línea con el marxismo clásico, asevera que la hegemonía en Gramsci es llanamente, “...la subordinación ideológica de la clase obrera por la burguesía, la cual la capacita para dominar mediante el consenso” (Anderson, 1981: 46). Esta

subordinación sería ejercida por la “sociedad civil” que está compuesta por instituciones como la Iglesia, los sindicatos, las escuelas, y, aunque no lo menciona, se vislumbran los medios de comunicación masiva. Lo anterior se da en oposición a la sociedad política representada por el Estado coercitivo, lo que caracteriza a dicha dominación global, como una combinación de fuerza y consentimiento (Ibid: 42-3). Es decir según Anderson, la versión más acabada de la idea de hegemonía es aquella que incorpora ambos ángulos: el consenso determinado por la cultura y la fuerza por los aparatos coercitivos del Estado. Concluye por lo tanto que: “El sistema actual del dominio de la burguesía, está, por lo tanto basado en el consenso de las masas, que toma forma en la creencia ideológica de que ellas ejercen su propio gobierno en el estado representativo” (Ibid: 71-2).

Es notable la utilidad de estos argumentos para modelar la circunstancia del México del 2012, pues Gramsci consideró de manera profunda, que el sistema democrático no solo era un mecanismo electivo, sino, un complejo de significados internalizados, los cuales no eran fáciles de eliminar, desde luego, de la cabeza de los dominados, a causa del amplio consenso imperante. Esta visión, muy cercana a la idea de la continuidad cultural, englobaba así mismo la permanencia no solo de los regímenes democráticos, sino de todo el sistema capitalista. Luego entonces las amenazas a dicho sistema, son vividas por una gran porción de la población no capitalista como amenazas a todo el sistema de producción, reproducción, y muy notablemente, de movilidad social.

De tal suerte que ante las amenazas cósmicas sobre el orden social, amplios sectores de la población reaccionen de manera conservadora. Esto no quiere decir, que en el símil que se está estableciendo entre las “fallas” en los intereses objetivos de clase y las supuestas fallas en las preferencias electorales en el proceso electoral mexicano del 2012, haya existido una amenaza de tipo cósmico a la estabilidad política del sistema. Simplemente, que existen sectores tradicionales, en un número importante de la población, a los que no es necesario manipular para que manifiesten su preferencia –como lo vio Antonio Gramsci- por opción más conservadora.

Este es el conflicto que hermana la teoría del socialismo –de acuerdo con Kautsky- con los esfuerzos de un sector políticamente activo de la



sociedad mexicana, para evitar el voto a favor de Enrique Peña Nieto, pues frente a lo que se percibe como acciones y elecciones que llevan a cabo los grupos sociales “en contra de sus intereses objetivos”, aparece como una variable central la permanencia del consenso con la dominación hegemónica y por ello, la hipótesis de la manipulación como única explicación, aparece como políticamente necesaria, a pesar de ser analíticamente limitada.

Antes de concluir con una certera opinión de Carlos Marx, quisiera salir del campo marxista para mencionar los trabajos de Seymour Martin Lipset quien, desde el terreno liberal, abordó los temas electorales en el seno de las contemporáneas luchas de clase. Lipset no olvida la contraposición que ocurre entre las visiones proletarias y capitalistas; sin embargo, las encuadra en un sistema más general amplio de oposiciones que considera necesarias para la existencia del sistema democrático moderno, es decir, el conflicto es imprescindible, pero también el consenso (Lipset, 1987: 21). Para él, estas contradicciones entre las que se encuentran, que contemplan inicialmente las de clase, también engloban las culturales, las religiosas, las raciales, las de edad, las de sexo, las regionales, las rural/urbanas, las de nivel educativo, las de estatus social o político, etcétera, y que como las de clase no pueden resolverse nunca, asevera que: “En toda democracia moderna el conflicto se expresa por medio de los partidos políticos, que representan básicamente <<la manifestación democrática de la lucha de clases>>” (Ibid: 191). Esta sentencia, polémica desde el terreno marxista, no es relevante discutirla aquí, pero es necesaria para presentar algunas ideas muy interesantes sobre el comportamiento electoral de los grupos de la sociedad, pues las otras diferencias presentadas, y que no dependen de la clase, también impactan de manera profunda el comportamiento electoral, y permiten explicarlo de manera distinta respecto a las propuestas partidarias ancladas en la clase.

Asegura Lipset que el descontento económico que promueve el voto por la izquierda está mediado y determinado por tres condiciones: 1) Nivel de inseguridad en los ingresos; 2) Condiciones satisfactorias de trabajo; y 3) Necesidad y posibilidad de acceder a mecanismos de estatus y valoración social del individuo (Ibid: 202). Aunque en estos índices las condiciones sean negativas, existen otros que también además de este sencillo ejemplo que

impactan las condiciones de vida de los sujetos y que frenan el voto centrado únicamente en la clase, otras combinaciones con diversas oposiciones son posibles. Por ejemplo: buen nivel de vida de los hijos frente a pobreza paterna original; tradición de respeto a los juicios de los mayores; grupos pobres pero religiosamente conservadores (ética protestante); minorías étnicas o religiosas beneficiadas políticamente; mayorías pobres o incultas pero en franco crecimiento económico y desde luego; mayorías pobres o ignorantes pero entretenidas satisfactoriamente. Como se ve, aunque en todos los casos se trata de sectores pobres e incultos, hay un abanico de situaciones en donde las condiciones efectivas de vida llevan a los sujetos a votar, no en contra de sus intereses inmediatos como individuos o grupo local/regional, sino a favor. Cierto es que desde una escala macroscópica, monotemática y nacional –la clase económica-, sí estarían votando en contra de sus intereses de largo plazo. Hasta aquí Lipset.

El argumento anterior, lo reitero, no busca modelar la elección presidencial en el México del 2012 como una disputa de clase y por ende, que la disyuntiva del votante fue entre capitalismo y socialismo. Justamente todo lo contrario. La multidimensionalidad de la realidad mexicana impide elegir un punto de vista tan chato. El argumento central de que existe una cantidad muy grande de votantes manipulables y que por una campaña mediática, por más compleja que sea, dichos individuos terminarán votando por un candidato contrario a sus intereses, desconoce todos los argumentos presentados a lo largo del trabajo, desde posiciones tan sólidas como las de Gramsci o Lipset, quienes ponen en evidencia lo “irresistible” que resulta votar de manera tradicional o conservadora.

Este desconocimiento técnico no modifica, invalida o, neutraliza o desconoce, la realidad mexicana, donde dicho enunciado, es tenido por cierto y que dramáticamente más contundente aun, que se transforma en acción política. Así, es decir, que los grandes números de individuos que participaron en la vida política de México durante el 2012, no tienen ni obligación ni necesidad de abordar algo tan simple como la resistencia y el desdén de TELEvisa o TV Azteca para transmitir, con la mayor cobertura posible, el debate de los candidatos a la presidencia de la República, con la sola hipótesis del votante manipulado, sin considerar otros argumentos con enredados

argumentos que relacionan intereses de clase sobre balance entre clase, hegemonía, continuidad y cambio cultural. La actitud de las televisoras es reprobable –atinadamente- desde su punto de vista y protestan de manera legítima contra ello. Sin embargo, modelan desde una óptica muy básica que tal resistencia y conservadurismo, conducen a la certeza objetiva de la manipulación mayoritaria del voto y como consecuencia, la acción política de liderazgo exógeno se presenta como la única posibilidad.

Es aún, como en muchas ocasiones, Carlos Marx pone el dedo en la llaga y da una dimensión histórica al voto conservador y tradicional. No acude al inmediato y fácil expediente de la manipulación, sino al balance entre condiciones materiales, tradición cultural y sistema político imperante, aunque por definición, contempla el concepto de “intereses de clase” como imprescindible. Por ello, analizando la situación en que Napoleón III cosechó el apoyo de los campesinos de parcela, ante los ojos incrédulos de la burguesía, los demócratas y los socialistas asevera:

“...el poder del Estado no flota en el aire. Bonaparte representa una clase, que es, además, la clase más numerosa de la sociedad francesa: los campesinos parcelarios [...] Por cuanto existe entre los campesinos parcelarios una articulación puramente local y la identidad de sus intereses no engendra en ellos ninguna comunidad, ninguna unión nacional y ninguna organización política, no forman una clase. Son, por tanto, incapaces de hacer valer sus intereses de clase en su propio nombre, ya sea por medio de un parlamento o por medio de una Convención. No pueden representarse sino que tienen que ser representados. Su representante tiene que aparecer al mismo tiempo como su señor, como una autoridad por encima de ellos, como un poder ilimitado de gobierno que los proteja de las demás clases y les envíe desde lo alto la lluvia y el sol. Por consiguiente, la influencia política de los campesinos parcelarios encuentra su última expresión en el hecho de que el poder ejecutivo somete bajo su mando a la sociedad. La tradición histórica hizo nacer en el campesino francés la fe milagrosa de que un hombre llamado Napoleón le devolvería todo el esplendor y en cuanto a la realidad ideológica del campesino parcelario y conservador, “Marx” asegura...La dinastía de Bonaparte no representa al campesino revolucionario sino al conservador; no representa al campesino que pugna por salir de

su condición social de vida, la parcela, sino que, al contrario, quiere consolidarla; no a la población campesina, que, con su propia energía y unida a las ciudades, quiere derribar el viejo orden, sino a la que, por el contrario, sombríamente retraída en este viejo orden, quiere verse salvada y preferida, en unión de su parcela, por el espectro del imperio. No representa la ilustración, sino la superstición del campesino, no su juicio sino su prejuicio, no su porvenir, sino su pasado [...] Claro está que la burguesía tiene necesariamente que temer la estupidez de las masas, mientras siguen siendo conservadoras, y su conciencia en cuanto se hacen revolucionarias (Marx, 1955: 313-6)

### Conclusión

Como se declaró al inicio, en este ensayo se expuso el proceso que se desarrolló en el seno de los grupos políticos que tomaron como cierta la creencia de que existe un número muy grande de mexicanos que son profundamente sensibles a la manipulación política y se demostró que en la implementación de la estrategia electoral un elemento central fue la idea de que estos individuos eran manipulados para votar en contra de sus intereses objetivos.

Como consecuencia de la ventaja inicial de Enrique Peña Nieto de cara a los comicios presidenciales del 2012, la imagen de que este desbalance de opinión era debido al contubernio entre TELEVISIÓN y el entonces gobernador mexiquense tomó una gran fuerza, al grado que fue tenida como un “hecho” y por ende caracterizó una parte sustantiva de la actividad política a lo largo de las campañas políticas. Esto es sumamente relevante, pues expone la forma en la que la cultura política de un grupo define sus formas de acción.

Se mostró en la exposición, que existe una serie de indicios sobre las relaciones entre Peña Nieto y TELEVISIÓN y que fueron presentados ante las instancias legales correspondientes para exhibir reales o supuestas faltas a la equidad en el proceso. Más allá de la posible veracidad de los hechos, de que las sentencias no encontraron nada ilegal y de que los candidatos perdedores manifestaron su inconformidad con el fallo, en ningún momento se aportaron pruebas contundentes sobre por qué los intentos de manipulación electoral desembocan de manera necesaria, en un final exitoso. Es decir, por qué las campañas producidas por el equipo Peña-TELEVISIÓN culminarían de manera inexorable en



un cambio dramático de las preferencias electorales de los votantes, porque después de la manipulación, terminarían votando en contra de sus intereses objetivos. Como se adelantó, la demostración de dicho enunciado presenta retos metodológicos de dimensiones tales, que se antojan insalvables.

En todo caso, se mostró que la falta de evidencia empírica sobre el número de votantes manipulables o sobre su permeabilidad a la influencia externa, no es una barrera para la manifestación de una cultura política muy arraigada en el país y que se desplegó en forma masiva para inconformarse en contra de dicha “realidad”. Por un lado, Andrés Manuel López Obrador hizo del tema uno de los centrales de su agenda electoral; por el otro, los jóvenes del movimiento #Yosoy132 también tomaron el tema del “poder” que tienen los medios masivos para imponer –vía la manipulación-, al candidato de su preferencia.

Resulta irrelevante conocer si el candidato de la Coalición “Movimiento Progresista” estuvo de inicio plenamente convencido de la factibilidad de la manipulación mediática a favor de Enrique Peña Nieto y luego del gran movimiento popular juvenil que llamó la atención de todo el país sobre el mismo hecho, plenamente convencido de la imposibilidad de dicha manipulación; los dos juicios fueron emitidos por él de manera pública. Lo relevante es cómo dio voz ordenada y pública a un elemento constitutivo de la cultura política mexicana que al surgir, se manifestó de manera espontánea sobre el tema y asumiendo la premisa central de este ensayo como verdadera. En ambos casos, como se buscó demostrar, apareció como necesaria la idea de unos intereses objetivos en la población que eran vulnerados por la campaña mediática construida por TELEVISIA y Peña Nieto. En estos intereses objetivos, argumentaban ambos actores, era inconcebible la posibilidad de votar por el proyecto del PRI y su candidato. Como se evidenció, el tema de la manipulación en las campañas políticas está fuertemente atado a la construcción de un piso inmutable de intereses que definirían de manera objetiva el voto de un sector de la población. Por ende, la manifestación de una preferencia electoral en contra de ese piso, sólo podría ocurrir si los individuos son manipulados para preferir los intereses que se les “inyectan” desde fuera, sobre los propios.

La consecuencia de asumir estos argumentos, desemboca en el otro tema importante de este ensayo, pues se expuso que

ante la idea de que individuos acrílicos cambian su voto según se les indica, la actividad política de aquel que conoce los “intereses objetivos” de la masa, muestra una fuerte tendencia hacia los argumentos de estrategia política vertidos por Lenin. Esto quiere decir, que el esfuerzo discursivo apunta claramente a desestimar las razones por las cuales se vota en contra de los mentados intereses objetivos y a descalificar las razones subjetivas que sustentan dicha preferencia. Para el proceso electoral del 2012, la manifestación de ese discurso mostró momentos dramáticos, pues no solamente se relataron las evidencias del contacto real entre Peña Nieto, la empresa TELEVISIA y sus empleados, sino que se construyó un relato muy elaborado sobre cómo el consumo y disfrute de la programación de TELEVISIA, principalmente en el formato de telenovelas o noticieros, impide darse cuenta de la realidad. Más aun, se asumió discursivamente, que la afición por tales programas idiotiza a las personas que los observan regularmente. Resulta difícil discernir, hasta dónde esta última posición es una figura literaria y hasta dónde se considera cercana a la realidad, pues la intensidad que se despliega en torno al debate político hace complejo establecer el “daño” de estos programas a la inteligencia.

Sin embargo, esta dificultad no merma en lo más mínimo el argumento defendido, pues en el corazón de las declaraciones de los actores está presente lo que aseveraron tanto Lenin como Kautsky: Que cuando existe una población que elige sus percepciones subjetivas sobre sus intereses objetivos, todos los intentos por mejorar serán irrelevantes, pues no acometen el corazón de los verdaderos problemas; y que ante tal realidad, únicamente desde una posición externa e intelectualmente superior, es posible introducir conocimiento verdadero que elimine la falsa conciencia.

Estas tesis se observan claramente en varios de los ejemplos citados. De ahí que la declaración de López Obrador sobre el carácter “masoquista” de todos aquellos que prefieren a Peña Nieto es muy demostrativa. Expone que las razones de dicho electorado son subjetivamente válidas puesto que las eligen de manera razonada, sin embargo, desembocarán en un sufrimiento posterior al padecer las futuras consecuencias de su elección y que son claramente funestas, vistas desde una posición intelectualmente superior. Simultáneamente, los estudiantes del movimiento #Yosoy132

también resuenan con dicho espíritu al establecer por un lado, que es prioritaria la modificación de la línea editorial de TELEVISIÓN hacia un carácter crítico y veraz, y por el otro, que ellos que son informados y críticos son, desde luego, “Anti Peña Nieto”. Es decir, que el voto por el priista no logrará liberar a esa masa de sus problemas y que lo que tienen que hacer es cambiar sus preferencias subjetivas, por las objetivas establecidas por el colectivo estudiantil. Se remacha así, en ambos casos, la necesidad del liderazgo intelectual externo.

Es importante eliminar varias falsas conclusiones de este trabajo y que aunque no se siguen de los argumentos expuestos, son importantes de desmenuzar.

La primera falsa conclusión de este trabajo, sería declarar que la manipulación no existe. Se puede asegurar sin rubor, que la distorsión o el ocultamiento de hechos o conocimientos es una práctica usada y en muchas ocasiones efectiva, para lograr metas personales o de grupo. Sin embargo, cuando la escala afecta a millones de personas, sus “reglas” o “leyes” muestran un comportamiento muy diferente respecto de lo que se observa en pequeña escala. Si las elecciones tienen por objetivo formar una mayoría, resulta aventurado aseverar de manera ligera que las preferencias globales de un tercio de la población del país, son únicamente producto de la enajenación y el engaño, que nada tienen que ver con una situación política real y que nada tienen que ver con la continuidad cultural que mentaba Gramsci. En ese sentido, los discursos mediáticos que llevaron al PRI a diseñar una campaña en la que se buscó resaltar las convergencias de todo tipo (políticas, económicas, deportivas, televisivas, emotivas, estéticas, etcétera) que existen con la población con la que tiene parentesco ideológico, no pueden ser caracterizados como pura manipulación. Tal empatía la realizan los candidatos electorales de todos los nichos ideológicos en todo el mundo; cuando de agregar votos se trata; 2012 no es la excepción.

Otra falsa conclusión sería pensar que, por ende, los cambios político-culturales no ocurren. Nuevamente, la evidencia empírica derriba tal asunción, pues en el abigarrado mundo de las preferencias electorales, opciones tanto de izquierda como de derecha pueden llevar al electorado a votar en contra de sus intereses subjetivos u objetivos. Vistas las consecuencias, todos los votos a favor del

Partido Nazi en la Alemania de entre guerras, son una prueba de un voto en contra de los intereses objetivos de tales votantes. El asunto es que las resistencias a vencer no son menores ni desestimables, pues justo encierran y enfrentan la continuidad cultural como eje polémico. Los intentos dirigidos para el cambio cultural son todo menos que sencillos y las más de las veces, cuando lo logran, no culminan necesariamente en la dirección esperada, puesto que la desafían ya que son fuerzas de magnitudes centenarias. Los trabajos de Marx y Weber son, en este sentido, un espejo que relaciona fuerzas económicas y no económicas de continuidad y cambio social.

Finalmente se tiene que aclarar, que de los argumentos expuestos no se puede concluir la preferencia por un programa político o un candidato específico. Un trabajo analítico sobre las motivaciones de la acción política, transcurre de manera paralela al de la evaluación de las consecuencias de tales posiciones o acciones. Sin embargo, el presente esfuerzo buscó mostrar cómo se integran dichos ejes en las formas que operan las campañas políticas, respecto de la posibilidad de la manipulación, y no una evaluación de los contenidos, de los grupos políticos que intervienen o de las ideologías instrumentadas. Resulta complejo llevar ambos temas al mismo tiempo y no trabajarlos de manera orgánica, sin embargo, ello impide profundizar en el aspecto elegido aquí. Por tanto, la reflexión presentada buscó pues, aportar materiales para pensar las complejas circunstancias que rondan, donde un cambio político, cuando es culturalmente significativo. En contextos de competencia política intensa y conflictiva, este tipo de estudios son útiles si al potenciar el análisis sobre la temperatura de la arena política, logran avanzar en una de las dos propiedades que Max Weber declaraba debía tener el político: la medida. De la otra, la pasión, siempre hay mucha.

## Bibliografía

- Anderson, Perry (1981), *Las antinomias de Antonio Gramsci. Estado y revolución en Occidente* (2ª ed.). Barcelona: Fontamara,
- Galindo, Jesús e Ignacio González (2013), #Yosoy132. La primera erupción visible. México: Global Talent University Press. Disponible en: [www.portalcomunicación.com](http://www.portalcomunicación.com). [28 de abril de 2013].



Gramsci, Antonio (1998), Cuadernos de la cárcel: Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el Estado moderno. México: Juan Pablos Editor.

Lenin, Vladimir I (1961), "Qué hacer", en: Obras escogidas. T. 1. Moscú: Editorial Progreso.

Levi-Strauss, Claude (1964), El pensamiento salvaje. México: Fondo de Cultura Económica.

Lipset, Seymour Martin (1987), El hombre político. Las bases sociales de la política. México: Tecnos.

Marx, Carlos (1955), "El dieciocho brumario de Luis Bonaparte", en: Carlos Marx y Federico Engels, Obras escogidas. Moscú: Editorial Progreso.

y Federico Engels (1974), La ideología alemana. México: Ediciones de Cultura Popular.

Mauleón, Héctor de (2012). "De la red a las calles", en: Nexos (Versión electrónica), septiembre 2012, en: [www.nexos.com.mx](http://www.nexos.com.mx) [21 de septiembre de 2012].