

# El viacrucis de Peña Nieto

[John M. Ackerman](#)

20 de mayo de 2012

<http://www.proceso.com.mx/?p=308173>

MÉXICO, D.F. (Proceso)

La campaña presidencial más corta en la historia moderna se le está haciendo larga a Enrique Peña Nieto. El Partido Revolucionario Institucional (PRI) ya está entrenado para ganar procesos electorales de corta duración, como el del Estado de México el año pasado, que duró apenas 45 días. En un lapso tan reducido, la sociedad no tiene tiempo para reaccionar ante el intenso bombardeo de espectaculares, encuestas de dudosa procedencia y reparto de dinero para la compra y coacción del voto. Antes de que se den cuenta o puedan reflexionar su voto, los ciudadanos de repente se encuentran en la casilla depositando su boleta electoral previamente tachada a favor de un candidato que ni conocen.

La primera mitad de la campaña de Peña Nieto siguió el mismo guión que la del Estado de México: un grosero despliegue de propaganda, docenas de actos masivos llenos de acarreados y un enorme derroche de dinero para comprar votos, apoyos y lealtades.

Pero de repente, en el día 43 de la campaña, todo cambió. Los jóvenes de la Universidad Iberoamericana dieron una gran lección de valentía, participación y memoria histórica. Evidenciaron que el candidato del PRI no cuenta con el respaldo social que dice tener y que los jóvenes mexicanos están dispuestos a ocupar su lugar en la historia.

La protesta de la Ibero ha detonado una oleada de otras manifestaciones. En los días siguientes Peña fue recibido con expresiones de rechazo juvenil en Saltillo, Coahuila, y Córdoba, Veracruz. Su aliado Gabriel Quadri también tuvo que sufrir embates estudiantiles en las principales universidades públicas de Querétaro y de Nuevo León. El viernes 18 se realizó un protesta de estudiantes de la Ibero en las instalaciones de Televisa, a favor de la transparencia y veracidad informativa y, el sábado 19 de mayo se programó una marcha anti-Peña Nieto en el Distrito Federal y una decena de ciudades. Las redes sociales se han convertido en un enorme hervidero de mensajes críticos hacia Peña Nieto.

No existe antecedente alguno en las últimas décadas de reclamos sociales tan airados y auténticos hacia un candidato presidencial. El asesinato de Luis Donaldo Colosio en plena campaña presidencial en 1994 no respondía a un repudio social, sino a un evidente rejuego de intereses oscuros. En 2006, los ataques a Andrés Manuel López Obrador no provinieron del pueblo, sino de las altas esferas del poder mediático y empresarial.

Al encontrar su camino hacia Los Pinos obstaculizado por miles de jóvenes dignos y pensantes, los priistas han evidenciado su verdadera naturaleza al reaccionar con enojo, intolerancia y represión. Lanzan amenazas por las redes sociales y mandan golpeadores para “despejar el camino” a su candidato durante sus giras. Se derrumba la imagen de un PRI supuestamente moderno y responsable que traería orden, paz y progreso al país.

También se cae en pedazos la ideología conformista “clasemediera” que se busca imponer desde las cúpulas del poder a la población mexicana. Resulta que el consumismo individualista y el olvido histórico promovido por la Iniciativa México (IM) y sus intelectuales orgánicos ni siquiera han logrado convencer a aquellos jóvenes que, por tener ingresos medios, supuestamente serían los más dispuestos a “enterrar el México de los complejos” y “alumbrar el México de hombres y mujeres seguros de sí mismos”, como señalan los spots del IM.

Y si estos jóvenes no se tragan las mentiras del poder, mucho menos lo harán los estudiantes de la UNAM o los jóvenes de los barrios y comunidades populares a lo largo y ancho del país. No es coincidencia, por ejemplo, que en el simulacro de votación organizada en la UNAM el jueves 17 Peña Nieto hubiera recibido menos de 10% de la votación. Al parecer, solamente es cuestión de tiempo, hasta que el país viva un fuerte cambio generacional que transforme las coordenadas del poder social.

Mientras, la mayor parte de la comentocracia insiste en que Peña Nieto es indestructible y que los recientes “incidentes” no afectarán su ventaja. Pero estos analistas parecen ignorar una de las fallas metodológicas más importantes con todas las encuestas electorales que se levantan en el país: la tasa de “rechazo”. Para la

mayor parte de las encuestas esta cifra es sumamente elevada. Para Mitofsky, por ejemplo, es de 60%. Ello quiere decir que los ocupantes de 6 de cada 10 viviendas visitadas por los encuestadores no son localizables o se niegan a responder al cuestionario. Así mismo, aproximadamente 25% de los que sí contestan se niegan a expresar una preferencia por algún candidato.

Es decir, los encuestadores solamente alcanzan a captar la intención de voto de 3 de cada 10 viviendas visitadas. Y este grupo minoritario es sesgado de origen porque se encuentra conformado exclusivamente por personas a quienes les parece conveniente publicitar su preferencia electoral a un encuestador extraño. Se quedan fuera todos los ciudadanos que piensan que externar su preferencia electoral podría generarles más problemas que beneficios. Simplemente no sabemos entonces qué opina ni como votará el otro 70% más discreto de la población. Aunque por los acontecimientos recientes no sería demasiado atrevido afirmar que una gran parte de esta “cifra negra” seguramente piensa votar en contra de Peña Nieto.

La respuesta del PRI a esta incertidumbre ha sido recurrir cada vez más al derroche de recursos. Arrecian reportes de operadores del PRI deambulando por los barrios y las comunidades más pobres repartiendo dinero a cambio de credenciales de elector o por colocar propaganda del PRI en fachadas de casas particulares.

Afortunadamente, la UNAM ya ha inaugurado una plataforma para recoger y sistematizar denuncias de este tipo de irregularidades cometidas por cualquier partido. El proyecto “Todos contamos” (<http://contamos.org.mx/>) del doctor Carlos Gershenson, del Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas, pone los más recientes adelantos tecnológicos al servicio de la transparencia y la democracia. Pero no es suficiente contar con tecnología, sino que también hay que utilizarla.

Más allá de las estrategias y las preocupaciones partidistas, la verdadera responsabilidad es de los ciudadanos para asegurar que el próximo 1 de julio vote la conciencia y la convicción, en lugar del dinero y el engaño.

[www.johnackerman.blogspot.com](http://www.johnackerman.blogspot.com)