

XXV Congreso Nacional y V Internacional de Estudios Electorales.
Mesa VII.

**Comunicación política y mercadotecnia electoral como *acciones dramáticas*:
El caso de México 1012.**

Dr. José Cisneros Espinosa ulises33@yahoo.com

Instituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico. BUAP. México.

Resumen

Las pasadas elecciones presidenciales en México han consolidado un modelo de democracia electoral que privilegia la forma sobre el fondo, el espectáculo sobre el sentido social, y, estructuralmente, los grandes negocios de la *clase dirigente* sobre el bienestar de los ciudadanos y sus familias.

La hipótesis que en este trabajo se plantea es que la meta de las elecciones presidenciales en México tienen como fin específico *legalizar* las decisiones que se tomarán en beneficio de los empresarios (extranjeros y nacionales) y los gobernantes de élite, aunque esas decisiones no sean justas ni legítimas, sino perjudiciales para los empleados, desempleados, trabajadores manuales, campesinos y microempresarios (las *clases subalternas*). Es decir, todo el procedimiento electoral se convierte en una gran representación *dramática* amplificada por los medios de difusión masiva, para justificar jurídica e ideológicamente el despojo que habrá de instrumentarse a través de las políticas públicas y las acciones de gobierno de los nuevos funcionarios.

En la primera parte se expone brevemente el marco teórico-conceptual mediante el cual se analizará el contexto social dentro del que se ubica el fenómeno electoral, así como el concepto de *acción dramática*. En la segunda parte se hace una descripción esquemática del contexto social y del fenómeno electoral como *acción dramática*. Y en la tercera parte analizan los resultados de la acción electoral en favor del Lic. Enrique Peña Nieto.

Palabras clave:

Elecciones 2012, *acción dramática*, compromisos de campaña, reformas estructurales.

Abstract

Recent federal elections in Mexico have established an electoral democratic model which favors form over substance, showmanship over common sense, and structurally the interest of the major business owned by the ruling class over the welfare of citizens and families. This article's hypothesis proposes that elections in Mexico, specifically the presidential federal process, serve as a legitimizing mechanism that benefits the decisions made to benefit business (foreign and domestic) and consolidate the interest of the political ruling elite. Such decisions are adverse to the interest of the working classes, unemployed masses, manual and rural workers, small business and diverse subordinated classes. Hence, the electoral procedure is undertaken as a pantomime, amplified by the media and validated by the political actors to ideologically and legally justify the plunder exercised by the ruling class, through public policies and governmental actions taken by the new elected officials. In the first section a theoretical framework is constructed to analyze the social context of the electoral phenomenon, it also introduces the concept of theatrical action. In the second sections, and schematic description is presented of the social context and the electoral process as theatrical actions. In the third and final part, we present an analysis of the initial results of Enrique Peña Nieto's administration.

Keywords:

2012 Mexican presidential election, *theatrical action*, campaign promises, structural reforms.

Introducción

Los fenómenos sociales en general, y políticos en particular, son de una complejidad mayor cada día, no solamente por la densidad demográfica implicada, sino también por el movimiento constante de los actores que intervienen en sus múltiples dimensiones. Pero además, es determinante la óptica a través de la cual se observan dichos fenómenos. Debido a esta complejidad, entre otras cosas, es indispensable definir la *lente*, los conceptos o teorías a través de las cuales se realiza el análisis social en cuestión, de modo que pueda visualizarse el “mapa” completo dentro del cual se ubica un fenómeno específico, que en nuestro caso se trata de las elecciones presidenciales de 2012 en México.

En la actualidad, el funcionamiento de la administración gubernamental se observa como un mecanismo de negocios en dos sentidos: como acceso de ciertos grupos de políticos a los multimillonarios recursos recolectados mediante impuestos, y como agencia operadora de grandes empresarios para facilitarles a través de las leyes la apropiación de los recursos del país. Y es esta la realidad “democrática” que es necesario analizar para entender el rol de la *democracia representativa* en general, y de las elecciones presidenciales en particular.

Con la finalidad expuesta, primero se establecerá el marco teórico mediante el cual se analiza la situación del mundo y del país, y en este caso se empleará la teoría del *Bloque histórico* de Antonio Gramsci, de modo que nos permita entender la dinámica económica y política que la *clase dirigente* induce en el mundo y en el país.

Vale la pena aclarar también que el análisis no sólo se hace desde la teoría crítica, sino que además se parte de una óptica ubicada en las *culturas del sur*, en términos de Boaventura de Sousa Santos, visión que tiene como referente las necesidades y aspiraciones de las *clases subalternas* de cualquier país.

Con base en los conceptos anteriores, se hará una breve descripción del funcionamiento actual de la sociedad, enfatizando los intereses, la meta y el método de la *clase dirigente*, para controlar y dirigir a la población hacia donde le conviene, así como el rol normativo que juega el gobierno como *sociedad política*. Después de esta descripción, se aborda el concepto de *acción dramática* de Jürgen Habermas, y el uso de los medios de difusión masiva de acuerdo con la Teoría de propaganda de Noam Chomsky y Edward S. Herman. Finalmente, se presentan las primeras acciones de Enrique Peña Nieto que evidencian el enfoque de su gobierno y el sentido que adquiere su elección para la *clase dirigente*.

Primera parte: Análisis social desde la perspectiva del *Bloque histórico*.

Como antes se mencionó, el análisis social se realizará mediante conceptos de la teoría del *bloque histórico* de Antonio Gramsci (1891–1937). Gramsci concibe como *bloque histórico* una situación social integral en la que se encuentra una sociedad en un momento histórico determinado, controlada por un grupo de grandes empresarios denominado *clase dirigente*, y donde predomina el *conformismo* o consenso social impulsado por una capa de intelectuales (*sociedad civil*) en toda la sociedad, pero sobre todo entre las *clases*

subalternas, los trabajadores. En el *bloque histórico* podemos distinguir una estructura compuesta por las relaciones entre las clases sociales, las cuales dependen de las fuerzas productivas y transformadoras de la economía y de la propiedad de los medios de producción, y una superestructura ideológica y política, compuesta por una serie de procedimientos para legitimar en la mente de las personas el poder de la *clase dirigente* sobre dicha sociedad. A este dominio por consenso se le denomina *hegemonía* (Wilson, 2012). Y para lograr esta hegemonía las escuelas, las iglesias, pero sobre todo los medios de difusión masiva resultan esenciales.

Pero esta lógica hegemónica que Gramsci observó al interior de cada nación, hoy día se da a nivel global. Y por tanto, habrá que preguntarse quiénes forman actualmente la *clase dirigente* a nivel mundial.

La *clase dirigente*.

Gramsci plantea que *la clase dirigente* la conforman los dueños del dinero, del gran capital, y hoy a nivel mundial los dueños del dinero son los empresarios financieros y los propietarios de las principales empresas transnacionales. Éstos están organizados en grupos bien identificados: El Grupo Bilderberg y la Comisión Trilateral, a cuyo servicio operan en el orbe instituciones como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial y la Reserva Federal de Estados Unidos en tanto bancos privados, además de otros organismos como la ONU, la OCDE, CNN, el diario New York Times y la Universidad de Harvard, entre muchos más (The Trilateral Commission, 2010).

La meta de la *clase dirigente* queda claramente establecida en un libro de 1970 del cofundador de la Comisión Trilateral junto con Rockefeller, Zbigniew Brzezinski:

La nación-estado como unidad fundamental de la vida organizada del hombre ha dejado de ser la principal fuerza creativa: Los bancos internacionales y las corporaciones transnacionales son [ahora] actores y planificadores en los términos que antiguamente se atribuían a los conceptos políticos de nación-estado (Brzezinski, 1970).

¿Y cómo logran este control sobre los gobiernos nacionales y sus poblaciones?

Método de control

El método de control establecido por la *clase dirigente* consta hasta hoy de cuatro pasos:

1° Se diagnostican los recursos de un país: Oro, petróleo, etc.

2° Agentes llamados *asesinos económicos* hablan con el presidente del país y le ofrecen préstamos para la explotación de los recursos, aunque este dinero va a dar a las compañías extranjeras que harán el proyecto. A los gobernantes se les entrega una especie de comisión de 3 a 5 %. El país se endeuda de manera permanente con el préstamo y los intereses, y para los ciudadanos, además del incremento de impuestos, quedan sólo algunos empleos de alto riesgo y mal pagados.

3° Si el presidente no acepta, se le elimina. Así ocurrió, por ejemplo, en el caso de Omar Torrijos en Panamá y de Jaime Roldós en Ecuador, por tratar de tomar decisiones autónomas sobre los recursos de sus países.

4° Si no se puede asesinar al dirigente, entonces entra el ejército de los EEUU como ocurrió con Saddam Hussein por el control del petróleo (Wagenhofer, 2008).

Finalmente, lo que se hace es intervenir en cualquier país y someterlo mediante la deuda pública, y aunque los recursos de estos préstamos nunca llegan a los ciudadanos, éstos tienen que pagar la deuda y los intereses durante toda su vida. No importa si se trata de un país dominante o dominado.

La sociedad política.

La sociedad política en cada nación está configurada por los órganos de gobierno, partidos políticos y organizaciones del estado que ejercen la coerción o violencia legal sobre la población. Los gobiernos tienen básicamente una función legislativa y una función coercitiva, pues la *clase dirigente* los ha despojado de su papel económico a través de la privatización de las empresas públicas redituables y estratégicas, como la de hidrocarburos, la energía eléctrica, el transporte, las autopistas, las telecomunicaciones, las aduanas, etc., además de reducir el aparato burocrático con el despido de miles de trabajadores y la contratación posterior de servicios privados periféricos (Mejía, 2007). Congruente con la subordinación de la *sociedad política* a la *clase dirigente*, el gobierno se enfoca entonces a legislar en favor de esta clase y no a solucionar las necesidades de las *clases subalternas*.

En cuanto a la función coercitiva, se trata de controlar cualquier brote de inconformidad de organizaciones opositoras y ejercer la violencia física legal o ilegal, como en los golpes de

estado, en momentos específicos. En México, como en cualquier país del *sur*, sobran los ejemplos: 1968, masacre de estudiantes en Tlatelolco; 1971, matanza de estudiantes y maestros el *Jueves de Corpus* (10 de junio), por *Halcones* del gobierno; 2007-2012, mueren más de 100,000 personas entre narcotraficantes, dirigentes políticos y población civil como “daños colaterales” de la campaña bélica de Felipe Calderón, etc.

En estas condiciones, la llamada *democracia representativa* en realidad puede entenderse como representativa de los intereses de la *clase dirigente*, y por tanto, para la ciudadanía viene a ser un sistema de *democracia-ficción*. En los hechos, esta *democracia-ficción* o democracia pseudo-representativa, conlleva un recorte de derechos ciudadanos, la expropiación de la soberanía popular y la transferencia de poder hacia las élites económicas globales con la complicidad de los gobernantes nacionales. La ciudadanía es limitada y la política pierde su sentido. Como afirman José Bell y Delia López: “el reino del ciudadano termina en la antesala de la economía (...). La democracia se convierte en (sólo) un mecanismo para elegir a quien va a ejecutar las decisiones de un organismo transnacional. La política nacional se vacía de poder” (Bell y López, 2007).

En congruencia con la *democracia-ficción*, los procesos electorales adquieren la naturaleza de una gran representación teatral con un guión escrito desde el poder, y donde los actores políticos se esfuerzan en representar su mejor papel para ser aceptados por la *clase dirigente* como los gobernantes idóneos para defender sus intereses. Y quien no se alinee en esa función, no obtendrá el triunfo, como ocurre con todos los políticos que pretenden gobernar a favor de su sociedad y defender los recursos de su país. Tal ha sido el caso de López Obrador en México. Y si logran hacerse del poder mediante otros métodos, como ocurrió con Fidel Castro y Hugo Chávez, serán permanentemente acosados, descalificados y, finalmente, eliminados. Pero quienes sí se comprometen con la *clase dirigente* y son aceptados, tendrán acceso a los grandes negocios privados, pero sobre todo, a los millonarios presupuestos gubernamentales. Aunque, por supuesto, estos privilegios se pueden perder en el momento que no se obedece a la *clase dirigente mundial*, como ha ocurrido con múltiples ex-colaboradores de EEUU: Osama bin Laden, Saddam Hussein, Muammar al-Gaddafi, etc.

Por tanto, para los políticos de la élite, el trabajo histriónico es fundamental y vale la pena invertir millonarios recursos en él desde mucho tiempo antes de aparecer oficialmente como candidatos a los altos puestos de elección popular. Y al mismo tiempo que se establecen acuerdos empresariales a futuro con la *clase dirigente* local y mundial, se invierte un gigantesco presupuesto en medios de difusión masiva, especialmente la televisión. Esta *acción dramática* en general es explicada teóricamente por Jürgen Habermas en su libro *Teoría y práctica de la acción comunicativa* (Habermas, 1993).

La acción dramática.

Habermas concibe la *acción comunicativa* como la búsqueda de entendimiento entre los actores del proceso. Una búsqueda que no se enfoca al éxito unilateral, que no se coordina por cálculos egocéntricos de intereses, sino a través del entendimiento recíproco. Por ello, en la *acción comunicativa* se logra un saber común, que a su vez funda un acuerdo, un reconocimiento intersubjetivo de pretensiones de validez, pero que aun estas pretensiones son susceptibles de crítica. Plantea Habermas que el acuerdo descansa sobre una *convicción común*, y las convicciones compartidas vinculan a los participantes recíprocamente.

Por tanto, la *acción comunicativa* no puede ser unidireccional, inequitativa o egocéntrica.

Acción estratégica

La *acción estratégica*, por el contrario, se orienta al éxito unilateral, como un triunfo electoral, por ejemplo. Pero la *acción estratégica* no se mide por la consecución directa de ese fin, sino por *la influencia que se logra sobre las decisiones de un oponente racional*. Se trata de persuadir a un a una persona o a un público para que adopte las decisiones que convienen al actor que diseñó, o para quien se diseñó la estrategia. Más aún, existe un tipo de *acción estratégica* que explica con mayor claridad el manejo de la imagen política: la *acción dramática*.

Acción Dramática

Por *acción dramática* Habermas entiende la interacción entre un agente o actor que hace presentación de sí mismo, una auto-representación, y un grupo social que se constituye en su público. El actor suscita en su público una determinada imagen o impresión de sí mismo,

de forma calculada para lograr la imagen que de sí quiere dar. El concepto central de auto-representación significa, no es un comportamiento espontáneo, sino la configuración manipulada de las propias vivencias con vistas a la imagen que se quiere dar del actor. Por tanto, la *acción dramática* está dirigida a un público que, sin darse cuenta de las intenciones estratégicas del actor, se imagina estar participando en una *acción comunicativa* orientada al entendimiento (Habermas, 1993).

Desde esta perspectiva unidireccional, se crea la imagen pública o imagen política del candidato como parte de la representación dramática. Así, podemos definir la *imagen política* como la *construcción dramática o la auto-representación de un actor político que se posiciona en la mente de un público*. Cada público tiene necesidades, expectativas y lenguajes propios. Por ello, los estrategas de la *acción dramática* emplean una mezcla de medios y mensajes para cada público en un tiempo determinado, de modo que la percepción y decisiones de dichos públicos sean acordes con los objetivos del actor político.

Existe, claro, toda una metodología de *marketing político* muy probada acerca del diseño y manejo de la *imagen política*, que va desde el estudio del perfil del candidato y sus públicos, hasta el diseño del discurso verbal, la imagen visual, el comportamiento en vivo y la estrategia de medios de difusión. Pero la primera característica del *marketing político* es su distancia de todo compromiso social. Y la segunda, no menos negativa, es su inhibición de la participación real de la ciudadanía. Peor aún, los alcances de este manejo de la *imagen política* son más profundos y trascendentes de lo que puede ser un éxito electoral. Están relacionados, con la construcción de *verdades sociales* y *realidades* desde el poder.

Por lo anterior, como dice Foucault (Hall, 1999), al aparato institucional le interesa producir cierto tipo de conocimientos y no otros. El discurso general del poder define *lo correcto* y *lo incorrecto*, y con ello norma culturalmente la conducta. Por ejemplo, se nos repite que vivimos en una *democracia*, aunque los ciudadanos no decidamos ni siquiera qué monumentos conmemorativos instalar, y menos aún sobre el manejo social de los recursos económicos del país; pero quien diga que no vivimos en una *democracia* estará “equivocado” y será públicamente descalificado. Esta descalificación ha sido ampliamente

explicada por Noam Chomsky y Edward Herman en su *Teoría del Modelo de propaganda* (Chomsky y Herman, 2001) mediante el mecanismo de *flak* o *fuego antiaéreo*.

Teoría del Modelo de propaganda y uso de medios de difusión masiva.

La acción dramática tiene su máximo escenario en los medios de difusión masiva, no en el diálogo con los ciudadanos. Se trata de que los votantes adquieran la visión que interesa a la *clase dirigente* y a la *sociedad política*. Por tanto, si los ciudadanos sólo reciben mensajes verticales de los medios de difusión masiva, se busca que asuman las representaciones creadas por éstos y dejen de ser generadores de cultura política y de incidir libremente en la toma de decisiones públicas. De ahí la gran importancia para la *clase dirigente* y la *sociedad política* de controlar los medios de difusión masiva, y así definir en todo momento las estrategias de percepción y conocimiento que los *receptores* deberán hacer suyas aunque sean en su propio detrimento.

El *flak* y la propaganda negra

La *Teoría del Modelo de propaganda* se refiere a la función de los medios masivos como difusores de los puntos de vista que tienen los dueños de dichos medios, así como los de las empresas anunciantes y los gobernantes de la élite, más que el proporcionar información de calidad. A estos *emisores* tampoco les interesa brindar información acerca de cómo funcionan realmente las instituciones públicas y el poder. Por el contrario, Chomsky afirma que para ellos, “el estudio de las instituciones y su funcionamiento debe ser escrupulosamente ignorado” (Chomsky y Herman, 2006).

De acuerdo con esta teoría, hay cinco factores o filtros que determinan el tipo de mensajes que pueden difundirse en medios masivos: la propiedad del medio, las fuentes de financiamiento (anunciantes), las fuentes de noticias (políticos), el *flak* o fuego antiaéreo, que son grupos de respuesta inmediata a las críticas contra el poder, y la oposición a la ideología *comunista*.

Especialmente en el proceso electoral es importante el funcionamiento del *flak* (fuego antiaéreo), no sólo porque entran en acción los grupos de respuesta inmediata ante cualquier crítica, sino porque junto con los estrategas publicitarios forman un *cuarto de guerra* para generar campañas y mensajes negativos que destruyan la imagen del oponente,

la llamada *propaganda negra*. El objetivo general de estos grupos de *fuego antiaéreo* es desacreditar a las organizaciones o individuos que estén en desacuerdo con, o pongan en duda las afirmaciones prevalecientes del poder. Se trata de guerras ideológicas que explotan el miedo del público y el odio a los grupos que representan una amenaza potencial para el poder. Como ejemplo de esta propaganda negra generada por el *flak* en México ha sido la muy conocida frase: “AMLO, un peligro para México”.

A diferencia de los tres primeros *filtros* derivados del análisis del mercado, el *Flak* es de naturaleza netamente política. En las dos elecciones presidenciales recientes en México, el fraude y la compra ilegal de votos fueron ignorados frente a la *legalidad* defendida por el organismo responsable de los comicios. No les interesó la legitimidad, ni la justicia ni la transparencia real, sólo cumplir oficialmente con el proceso electoral para adquirir la legalidad del poder, y descalificar a través de los medios masivos a quienes no están de acuerdo con ellos. Como afirma Marcuse, se trata de construir una sociedad acrílica.

Segunda parte: El contexto social y la acción electoral en México 2012.

Como hemos visto en la primera parte, la meta de la *clase dirigente mundial* es muy clara: se trata de organizar un mundo gobernado por los bancos y las corporaciones transnacionales, y donde los gobiernos nacionales tienen solamente un rol secundario. Así se ha visto recientemente en los casos de Grecia, Italia y España, donde los gobiernos se deciden con base en las presiones del Fondo Monetario Internacional, un brazo financiero de la Comisión Trilateral y del Grupo Bilderberg. Los bancos y las corporaciones globales se imponen sobre la nación-estado, lo mismo en México que en Alemania, Inglaterra o los Estados Unidos. Y el congreso de cada país se convierte en un instrumento para legalizar las políticas públicas que convienen a esa *clase dirigente*.

En este contexto, la *clase dirigente nacional* se encuentra alineada con la mundial, y por ello se asocia con, o deja libres a las empresas transnacionales para explotar los recursos del país. La *sociedad política mexicana*, por su parte, se somete a ambas.

La clase dirigente en México.

El grupo de banqueros y empresarios locales, como sus colegas transnacionales, sacan el máximo provecho de los recursos del país y de la mano de obra barata de las *clases subalternas*. Esto puede verse muy claramente en el siguiente reporte que el diario *El Economista* dio a conocer el 26 de marzo de 2012 sobre los empresarios más ricos en México:

El 10 de marzo se publicó que Carlos Slim Helú aparece como el hombre más rico del planeta con una fortuna personal y familiar valuada en 69 mil millones de dólares (mdd)... La lista de mexicanos que aparecen en el listado de Forbes se completa con los siguientes empresarios: Ricardo Salinas Pliego (TV Azteca) con 17.4 miles de millones de dólares (mmdd) en la posición número 37, Alberto Bailleres González (Peñoles y Palacio de Hierro) con 16.5 mmdd en el lugar número 38, Germán Larrea Mota Velasco (Grupo México) con 14.2 mmdd en la posición número 48, Jerónimo Arango (Aurrerá y Walmart) con 4 mmdd y en la posición 276, Emilio Azcárraga Jean (Televisa) con 2 mmdd en el lugar 634, Roberto González Barrera 1.9 mmdd (Banorte y Maseca) posición número 683, Carlos Hank Rhon (Grupo Interacciones) con 1.4 mmdd y posición número 913 y Roberto Hernández (Banamex y Citigroup) con 1.3 mmdd, en el lugar 960. En total estos diez empresarios y sus familias tienen una fortuna de 128.7 miles de millones de dólares.

Véase el panorama que presentaba el listado de multimillonarios mundiales de la revista Forbes en el 2000 (entre paréntesis la fortuna en miles de millones de dólares): Carlos Slim (7.9), Lorenzo Zambrano (2.1), Eugenio Garza Lagüera (2.0), Ricardo Martín Bringas (1.5), Jerónimo Arango (1.5), Emilio Azcárraga (1.5), Ricardo Salinas (1.4), Isaac Saba Raffoul (1.4), Alfonso Romo Garza (1.2), Alberto Bailleres (1.2), Germán Larrea Mota-Velasco (1.1), Carlos Peralta (1.1), María Aramburuzabala (1). En total estos trece empresarios y sus familias tenían una fortuna de 24.9 miles de millones de dólares.

Como se aprecia, en apenas doce años la riqueza acumulada por los empresarios incluidos en la lista de Forbes aumentó más de 100 mil millones de dólares, es decir, se multiplicó por cuatro.

El crecimiento es más palpable si se compara con el Producto Interno Bruto (PIB) nacional. En el año 2000 el PIB era de 581 mmdd, y la fortuna de los listados en Forbes equivalía a 4.2 por ciento del PIB. En 2012, el PIB es de 1,034 mmdd, y la fortuna de las diez familias más ricas corresponde al 12.44 por ciento del PIB (*El Economista* marzo, 2012).

Los datos aportados por *El Economista* son precisos para ilustrar tanto la desigualdad económica como el provecho que saca la *clase dirigente nacional* de la situación difícil que vive la población mexicana, a cuyos banqueros se les “rescató” de una deuda multimillonaria que se pasó al erario público (FOBAPROA-IPAB) y que los ciudadanos seguiremos pagando por décadas mientras ellos obtienen utilidades desmesuradas.

La sociedad política.

Congruente con la lógica anterior, el papel de los gobiernos es facilitar el enriquecimiento de los grandes empresarios, y en el caso de los banqueros, protegerlos además con las reservas monetarias nacionales en caso de crisis ocasionadas por ellos mismos. Por otro lado se busca endeudar permanentemente a los países, de manera que sus gobiernos siempre estén dispuestos a aceptar cualquier exigencia de la *clase dirigente*, incluyendo la imposición oficiosa, como en Grecia y España, o el apoyo a los presidentes más dispuestos a seguir sus instrucciones, como ha ocurrido con Peña Nieto en México.

En este caso, los compromisos previos de Peña Nieto con la *clase dirigente* fueron claros desde antes de la campaña presidencial, por ejemplo, en la industria de los energéticos: Mientras la población mantiene un histórico rechazo a la privatización de la industria del petróleo, puesto que nuestros abuelos cooperaron incluso económicamente para apoyar al gobierno de Lázaro Cárdenas a nacionalizar el petróleo que estaba en manos de compañías estadounidenses, Enrique Peña ofreció en Davos desde su candidatura la “participación privada” en las actividades que quedaban sin privatizar en Pemex (*Crónica*, 2013). Hoy día las reformas constitucionales para realizar la privatización energética ya se han aprobado.

Con base en los acuerdos anteriores, se entiende por qué la demanda de invalidez de las elecciones de 2012 debido al manejo turbio de las mismas por parte del PRI, donde salió electo Enrique Peña, fue calificada como “improcedente” por los magistrados del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TRIFE) (Jiménez, 2012). Más aún porque el candidato opositor, Andrés Manuel López Obrador, ofrecía lo contrario que Peña Nieto: emplear las utilidades del petróleo como “palanca para el desarrollo nacional”.

De ahí que en cuanto se declaró formalmente electo a Enrique Peña, a pesar de las protestas masivas que se organizaron en su contra durante meses después de la votación (Urrutia y

Martínez, 2012), nuevamente el TRIFE rechazó las apelaciones y autorizó destruir las boletas electorales 2012 (Martínez, 2012), con lo cual se eliminó toda posibilidad de exigir un recuento en el futuro. Y una vez establecido el nuevo presidente, retoma las acciones del gobierno en favor de la *clase dirigente*.

La acción dramática Peña Nieto-Televisa

La *acción dramática* de un candidato presidencial en México nunca había sido tan evidente, tan duradera y tan costosa como en el caso de Peña Nieto. Evidente, duradera y costosa porque la proyección -pagada- de su imagen política a nivel nacional a través de Televisa, la televisora más grande del país, se inició desde su gestión como gobernador del estado de México.

El diario *Wall Street Journal* informó que desde 2005 Televisa proyectó a nivel nacional a Enrique Peña, que hasta entonces no había ocupado un puesto político de relevancia, y que se hicieron “millonarias transferencias de recursos desde el gobierno del estado de México en los años en que Peña Nieto gobernó esa entidad” (*La Jornada*, 01.07.2012, p. 13).

Pero además de promover a Peña Nieto generando para él una “cobertura favorable”, Televisa activó su equipo de *flak* para desprestigiar a Andrés Manuel López Obrador (AMLO). El diario inglés *The Guardian* presentó pruebas de un plan para desprestigiar a AMLO desde 2006, en la anterior elección presidencial en que participó. Y “una estrategia de comunicación explícitamente detallada para torpedear la candidatura presidencial de AMLO” en 2012 (González, 2012: p.7).

En junio de 2012, el mismo diario británico *The Guardian* informó que una unidad secreta de Televisa diseñó y operó en 2009 una campaña en redes sociales a favor de Peña Nieto y en contra de sus opositores, siendo aún gobernador del estado de México. *The Guardian* identificó “como una de las responsables de la unidad secreta de Televisa en 2009 a Alejandra Lagunes, entonces directora general de *Televisa Interactive Media*, quien después trabajó para el candidato elegido por Peña para gobernador del estado de México en la elección de 2011, Eruviel Ávila”, y a continuación fungió como coordinadora de estrategia en redes sociales de la campaña presidencial del PRI (González, 2012: p.3).

Ninguna autoridad electoral hizo indagatoria alguna al respecto. Por el contrario, el Instituto federal Electoral (IFE) exculpó a Peña Nieto y a Televisa por las numerosas campañas encubiertas (Urrutia y Martínez, 2012: p. 7). De acuerdo con la teoría del *bloque histórico*, la actuación sesgada de la institución electoral y de la televisora resulta congruente con el papel asignado por la *clase dirigente* tanto a la *sociedad política* como a los medios de difusión masiva.

Una cara representación en la que gana Televisa

En tanto *acción dramática* obligada a hacer “ganar” a un candidato predeterminado, las elecciones se vuelven un proceso condicionado, manipulado y caro. Condicionado porque sólo puede salir como ganador en la elección quien acepta seguir los dictados del poder financiero internacional. Manipulado, porque para lograr el “triunfo” oficial del candidato aceptado por la cúpula, debe hacerse coincidir la actuación dramatizada del candidato preelegido con los resultados de las encuestas difundidas y la información manejada en los medios masivos para que todo ello parezca creíble. Y muy caro porque el presupuesto empleado para las elecciones es demasiado elevado por la necesidad de saturar de mensajes publicitarios a la población para aparentar popularidad, además de la compra de numerosas voluntades y la espectacularidad histriónica de presentaciones mediáticas y viajes del candidato, su numeroso equipo de campaña, y la movilización pagada de públicos multitudinarios.

En 2012 se emitieron en México 21 millones de *spots* electorales oficiales en radio y televisión, sin contar con otros formatos pagados en medios como espectaculares y redes sociales. El gasto de estas elecciones fue de más de 16,000 millones de pesos (1,200 millones de dólares, 955 millones de euros) con cargo a los ciudadanos a través del pago de impuestos (Urrutia, 2011: 18; Urrutia, 2011: 16), y aproximadamente 70 % de este gasto se paga a las televisoras, donde Televisa recibe la mayor parte.

Encuestas promocionales

Específicamente en lo que se refiere a las encuestas previas a las elecciones, como nunca antes sus aparentes resultados se emplearon como medios de promoción del candidato Peña Nieto, poniéndolo muy por encima de sus contrincantes. El ejemplo representativo de esta

función promocional de las encuestas fue el del diario *Milenio*, cuyo conductor televisivo Ciro Gómez Leyva durante más de 100 días difundió los resultados con una apabullante supuesta ventaja de Peña, y cuando se dieron los resultados oficiales que marcaban una diferencia de 6.5 %, Gómez Leyva únicamente se concretó a decir que había habido un error en las encuestas del diario *Milenio*, cuando el daño ya estaba hecho (*La Jornada*, 06.07.2012; Jiménez, 2012).

Compra de votos

A pesar de usar todos los mecanismos para representar una elección presidencial legal, el partido y el equipo de Peña Nieto no estaban seguros de controlar los resultados a su favor, por lo que recurrieron a la vieja usanza priísta de comprar votos. Fueron denunciados y sustentados de múltiples maneras los actos de compra y coacción del voto en favor de Peña, desde grabaciones donde un funcionario priísta paga 500 pesos a personas pobres por su credencial de elector, hasta la entrega de “monederos electrónicos” de la tienda *Soriana* y de la empresa financiera *Monex* con la misma finalidad de garantizar el voto a favor del PRI (Méndez y Muñoz, 2012: p.8).

Por supuesto, ni el Instituto Federal Electoral (IFE), ni la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (Fepade), ni el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJE) hicieron indagatoria alguna, ni sancionaron estos ilícitos. Así, protegido por las autoridades electorales, Peña Nieto se dedicó exhibir la representación cumbre de su campaña: la firma de compromisos ante notario público.

Firmar compromisos propios, no demandas ciudadanas

Durante 90 días de campaña electoral Enrique Peña firmó 255 compromisos, 45 nacionales y 210 estatales, diseñados por su equipo de la siguiente manera:

Compromisos de campaña de Enrique Peña Nieto en 2012

CANTIDA D	RUBRO	PRINCIPALES TIPOS DE ACCIÓN
23	Educación y ciencia	Construcción y dotación de computadoras
6	Seguridad pública	Video-vigilancia e incremento de policías
27	Salud	Construcción, dotación de equipo y

		medicinas
41	Agua e infraestructura	Construcción, dotación de agua en 8 lugares
8	Política	Fiscalización, reforma energética, mejorar tarifas de luz.
91	Transporte	Construcción y pavimentación
13	Turismo	Construcción y restauración
13	Economía familiar	6,000 mdp en créditos <i>blandos</i> para TIC's de medianas y pequeñas empresas, detener alza de alimentos, bajar precio de luz seguro de vida a jefas de familia y seguro temporal de desempleo, pensión a los 65 años.
16	Medio ambiente y campo	Construcción, tecnología y apoyo a productores de gran escala
17	Derechos humanos y deporte	Construcción, restauración y organización de eventos.
255 Total		Destacan: Construcción y tecnología

Fuente: Elaboración propia con base en información de *adnPolítico.com*, “Las 255 promesas electorales de Peña Nieto para su sexenio”, Julio 20 de 2012.

En un breve análisis, podemos observar algunas características relevantes de este listado de compromisos:

1. El número de 91 acciones en vialidades (*transporte*), es muy superior a todos los demás rubros, contrastando sobre todo con las de *economía familiar* (13), *seguridad pública* (6) y *política* (8).
2. La mayor inversión que se anuncia en *economía familiar* para los seis años, consiste en 6 mil millones de pesos en créditos blandos a pequeñas y medianas empresas, condicionados a la adquisición de tecnología. No se trata de crear nuevas empresas, sino de actualizar equipos electrónicos de pequeñas empresas que ya operan. Y son créditos que tienen que pagarse, no como los 550 mil millones de dólares que se regalaron a los banqueros para “rescatarlos” con el programa FOBAPROA-IPAB, además de los intereses millonarios que se siguen pagando. No se invierte en la generación de empleos. Y esos 6 mil millones de pesos en créditos, son 10 mil millones menos que los 16 mil gastados en sólo tres meses de campañas políticas.
3. En *educación y ciencia*, *seguridad*, *salud*, *economía familiar* y *medio ambiente*, se destinan grandes recursos a la compra de tecnología y equipo electrónico, no a la

investigación y desarrollo de tecnologías propias, lo cual promete multimillonarias utilidades a los proveedores.

4. En 7 de los 10 rubros comprometidos, la acción primordial es la construcción, ya sea de vialidades, escuelas, hospitales, centros culturales, parques, etc. Obras que sólo generan empleos temporales para los trabajadores, pero enormes ganancias a las compañías constructoras y fabricantes de cemento y acero.

Como puede observarse, la construcción de variadas instalaciones y caminos, así como la compra de equipo electrónico, son los ejes fuertes de los compromisos de campaña de Peña Nieto, pues las demandas ciudadanas no figuran en su oferta. En otras palabras, en los compromisos firmados no hay un proyecto social, no se aprecia un verdadero plan de desarrollo para las familias mexicanas. En el campo, los mayores recursos se darán a grandes productores e industrias agrícolas, no a la población que más los necesita. En síntesis: lo más fuerte de la inversión tendrá alcances limitados, será pasajero; los equipos electrónicos tendrán una vida predeterminada y las construcciones no generarán empleos permanentes.

Tercera parte: Primeros resultados, deuda y desigualdad.

La primera consecuencia de una *acción dramática* demasiado evidente fue su falta de credibilidad, pues a pesar del reiterativo discurso de los medios de difusión y los voceros pagados, abundaron las protestas ciudadanas por las irregularidades no sancionadas por las autoridades electorales. Una de las voces más visibles fue de estudiantes universitarios organizados en el movimiento #Yosoy132 y apoyado por la sociedad en su conjunto. Pero además de ellos hubo numerosas manifestaciones públicas que se realizaron durante varios meses y que reclamaban un proceso legítimo, que no se concedió.

Esta falta de credibilidad y la indignación generalizada contra las irregularidades electorales, obligó al equipo de Peña Nieto a aislarlo de la población el día de su toma de posesión en la Cámara de diputados. Hubo vallas y cientos de policías y patrullas rodeando las instalaciones legislativas para impedir el acceso de los ciudadanos.

El clima de ilegitimidad presidencial que se estableció en el país a partir de estas acciones, también forzó al equipo de Peña Nieto a “cerrar filas” con los demás partidos incorporados

a la *sociedad política*, de manera que en una negociación privada pudiera asegurarse la aprobación de las reformas constitucionales anti-ciudadanas. A este acuerdo anti-disidencia se le llamó “pacto por México”, donde ganan la *clase dirigente* y la *sociedad política*, pero las clases subalternas pierden.

Como era de esperarse, la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 se hizo sin tomar en cuenta las necesidades urgentes de la población, como empleo, alimentos, seguridad social, etc., sino que, con un lenguaje retórico, se integraron los compromisos de campaña de Peña Nieto, y cuya ejecución se centra en proyectos de construcción de caminos y edificios y en la compra de productos tecnológicos.

El negocio del sexenio: 7.7 billones de pesos para construcción

Ya como presidente, Peña Nieto anunció en 2013 que se invertirían al menos 4 billones de pesos en infraestructura; es decir, en construcción (Román, 2013: p.15). Pero en abril de 2014 subió la cifra a 7.7 billones de pesos (Olson, y Ramos, 2014).

Como se dijo, las construcciones tienen para la población un beneficio secundario y de corto alcance. Las autopistas generan utilidades para los concesionarios, no para el estado. Invertir en Pemex es transferir recursos a los nuevos dueños. Lo mismo en la CFE y en Conagua, que aunque son servicios estratégicos, indispensables para la población, se concesionan a empresas privadas, nacionales y extranjeras, quienes finalmente son las beneficiarias de estas grandes inversiones. La ganancia inmediata es absorbida por las empresas constructoras que sólo dan empleo temporal, generalmente sin prestaciones, a los obreros.

Dado que las construcciones son decididas unilateralmente, tampoco respetan los territorios que por siglos han pertenecido a diferentes comunidades con una óptica distinta a los negocios. Abundan las denuncias y protestas de ciudadanos contra planes de construcción, lo mismo en Sonora, que en Nayarit, Querétaro y Puebla. La falta de respeto a los territorios sagrados, reservas ecológicas, manglares y arrecifes no es ocasional sino sistemático. Y como siempre, las complicidades gobierno-empresas se encuentran detrás de estos negocios ya sea en el ámbito nacional o estatal.

Finalmente, lo que importa para la *clase dirigente* y la *sociedad política* son los grandes negocios. Y el negocio de la construcción de 7.7 billones de pesos anunciado por Peña Nieto tiene beneficiarios específicos: los productores de acero y de cemento. El acero lo produce el grupo Alfa de Monterrey, y el cemento principalmente Cemex, de Lorenzo Zambrano, quien en vida fue miembro de la Comisión Trilateral capítulo Norteamérica (The Trilateral Commission, 2010). El círculo se cierra: Las mayores transferencias económicas se hacen finalmente hacia la Comisión Trilateral, cabeza de la *clase dirigente mundial*, junto con el Grupo Bilderberg, que dirigen la globalización neoliberal.

Pero la construcción es sólo uno de los grandes negocios. Ahora, gracias a las reformas estructurales propuestas por Peña Nieto y aprobadas por el congreso, los negocios multimillonarios se multiplican para los grandes empresarios en: petróleo y gas, energía eléctrica, minería, agua, playas y telecomunicaciones, entre otros rubros. Once reformas constitucionales que garantizan el acceso privado a los recursos estratégicos del país y a una clientela cautiva. Y estos empresarios cuentan además con mano de obra abundante y barata gracias al desempleo y a la reforma laboral.

Estas reformas son la ratificación de un proceso de privatización que viene ocurriendo de tiempo atrás con los bancos rescatados, pero sobre todo desde el gobierno de Carlos Salinas con la privatización de Teléfonos de México (Telmex) y los ejidos agrícolas, sin detenerse en ninguno de los sexenios posteriores, con los ferrocarriles, las aduanas, los fertilizantes, las semillas agrícolas, etc. La población mexicana nunca ha sido beneficiada con la privatización de los recursos públicos, sino todo lo contrario: cada vez pesa sobre ella un mayor endeudamiento que tendrá que pagar.

La deuda pública, en su máximo histórico.

La actual Secretaría de Hacienda y Crédito Público, dirigida por quien operó la campaña *dramatúrgica* de Peña Nieto, Luis Videgaray, anuncia sin rubor que la deuda pública total llegó a 6 billones 62 mil millones de pesos, equivalente a 38.07% del PIB y 195.6% mayor que en el año 2000, cuando sumaba 2 billones 51 mil millones de pesos. “... en los

primeros seis meses de la nueva administración gubernamental, la deuda pública total aumentó en 171 mil 157 millones de pesos, a razón de 950 millones diariamente” (Zúñiga, Méndez y Ballinas, 2013, p. 23).

Si en los primeros seis meses el gobierno de Peña Nieto se endeudó 171 mil 157 millones de pesos, ¿qué se puede esperar en los siguientes 66 meses de su gestión? Por lo pronto, para 2015 propone contratar una deuda de 673 mil millones de pesos (Sinembargo.mx, 9.09.2014). Y después de anunciar un gasto de 7.7 billones pesos sólo en construcción, ¿en cuánto nos dejará la deuda pública al final de su mandato?

Y en estas cantidades, ¿qué significan los 6 mil millones de pesos que durante todo el sexenio se prestará a las pequeñas y medianas empresas, la máxima inversión dentro del rubro de *economía familiar*, etiquetados para la compra de equipo tecnológico? Prácticamente nada; las transferencias sustanciales van hacia los banqueros a través del permanente pago de intereses de la deuda, y hacia los grandes empresarios a través de las inversiones en construcción, la compra de tecnología y quipo, y la explotación de los recursos nacionales.

La desigualdad como resultado.

Como consecuencia de la lógica, el método y los mecanismos de extracción de los recursos públicos en México, es evidente el crecimiento de una desigualdad atroz entre la *clase dirigente* y las *clases subalternas*. Nuevamente, un ejemplo nos permite apreciar claramente lo que ocurre en México y prácticamente todos los países del mundo.

Algunos beneficios económicos en México para la *clase dirigente* en los últimos sexenios son:

Un *rescate* bancario a través del FOBAPROA-IPAB que incrementó la deuda pública de 1995 en 52 mil millones de dólares; que en 1999 subió a 840 mil millones de pesos (Fernández-Vega, 1999), y con intereses llegó en 2013 a 1.08 billones de pesos. De hecho la deuda sólo se refinancia. Lo que se pagan son al menos 50 mil millones de pesos anuales por intereses. Hoy: 75% de la banca beneficiada es extranjera.

Por otra parte, se aprobó la construcción de un gasoducto para conectar con EEUU por 10 mil millones de pesos. Se compró un avión para el presidente Peña Nieto por 10 mil millones de pesos, y siendo todavía presidente Felipe Calderón dio al FMI 10 mil millones de dólares. Estos y otros aportes suman un total aproximado de 3 billones 787,950 millones de pesos. Ahora las transferencias serán mayores con las reformas de Peña Nieto.

Por el contrario, para las *clases subalternas* mexicanas se acumulan daños económicos sexenio tras sexenio, independientemente del partido político que gobierne:

2012: 53.3 millones de mexicanos viven en la pobreza según datos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval).

2012: 51.5 millones de personas viven en inseguridad alimentaria (Enciso, 2013:35).

2010: 44% de trabajadores percibe ingresos por debajo de 2 salarios mínimos mensuales.

2011-2012: La canasta básica sube 8% para todos, mientras los salarios suben 4% sólo para quienes tienen empleo formal, que no es la mayoría.

Como antes se dijo, 50% de trabajadores no tienen prestaciones. 60% no tienen seguro social. 30 millones de trabajadores no tienen pensión (Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018).

La nueva ley laboral reduce la seguridad en el empleo y las prestaciones actuales, y los resultados adversos para los trabajadores han sido inmediatos: Durante el primer semestre de 2013 gobernado por Peña Nieto, 31 grandes empresas despidieron a 68,000 personas. Entre estas empresas se encuentran el Grupo México, Peñoles, Wal-Mart, Soriana, Televisa, TvAzteca y Cemex, con otras 24 empresas que en conjunto concentran más de 70% del valor del mercado (González, 2013:28). Y el hecho de que Peña Nieto destine 7.7 billones de pesos a la construcción, no garantiza que las empresas acereras (Grupo México, Peñoles) cementeras (Cemex) y constructoras generen nuevos puestos formales de trabajo, pues la nueva ley laboral les permite allegarse mano de obra mediante *outsourcing* y otros mecanismos de contratación temporal de trabajadores sin prestaciones.

Por otra parte, cada mes sube el precio del gas y la gasolina, y con ellos el transporte y los alimentos. Al privatizar la Comisión Federal de Electricidad, se eliminarán los subsidios de esta energía, como anunció Peña. Aumentan impuestos y multas para los ciudadanos, y 5 de

cada 6 niños son pobres o vulnerables; 10.7 % de ellos, que tienen entre 5 y 17 años, trabaja, y de éstos 40% no va a la escuela (Cruz, 2010:3).

Para aumentar la desigualdad estructural, el secretario general de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), José Ángel Gurría, ex-secretario de hacienda del gobierno mexicano, propone subir el impuesto al valor agregado (IVA) a 19%, incluyendo alimentos y medicinas (Ballinas y Becerril, 2012:7), y bajar impuestos a la creación de empleos y a la inversión; es decir, reducir impuestos a los empresarios.

Así, la lógica de la desigualdad impulsada desde el gobierno es contundente. Por ello las elecciones presidenciales de 2012, como las precedentes, no pueden entenderse sino como *acciones dramatúrgicas* para legalizar el despojo sistemático de los bienes nacionales y el producto del trabajo de los mexicanos.

Bibliografía

- adnPolítico.com. 2012. "Las 255 promesas electorales de Peña Nieto para su sexenio". Julio 20 de 2012. México. En: <http://www.adnpolitico.com/2012/2012/07/18/a-que-se-comprometio-pena-nieto-en-90-dias-de-campana> Visitado el 18.01.2013.
- Avilés, Karina y Morelos, Rubicela. 2013. "Arrasa Soriana área verde en Cuernavaca". En: periódico *La Jornada*, 29.07.2013, p. 2.
- Ballinas, Víctor y Becerril, Andrea (2012). "Recomienda Gurría Treviño al próximo gobierno homologar el iva a 19 por ciento". En: periódico *La Jornada* 7.11.2012. México, p.7.
- Bell, José, y López, Delia. 2007. "La cosecha del neoliberalismo en América Latina". Estudios del desarrollo social: Cuba y América Latina. México, FLACSO. Pp. 1-10
- Bilderberg meetings, oficial website. 2012: <http://www.bilderbergmeetings.org/index.php> Visitado el 18.01.2013.
- Brzezinski, Zbigniew 1970. *Between Two Ages: America's Role in the Technetronic Era*. New York, Viking Press.
- Crónica.com.mx. 2013. "Enrique Peña Nieto quiere blindar la economía de las crisis de Europa y EUA". 11 de febrero de 2013. México. En: <http://www.cronica.com.mx/notas/2012/631642.html> Visitado el 18.01.2013.
- Cruz Martínez, Ángeles (2012). "Cinco de cada seis niños son pobres o vulnerables por ingresos: Inegi". En periódico *La Jornada*, 29.04.2012, p. 3.
- Chomsky, Noam; S. Herman, Edward. 2001. *Los guardianes de la libertad*. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación. Madrid, Editorial Crítica.
- Enciso, Angélica. 2013. "En inseguridad alimentaria, 51.5 millones de mexicanos: Coneval". En periódico *La Jornada*, 01.08.2013. México, p. 35.
- Fernández-Vega, Carlos (1999). "Bastaron 23 sesiones para preparar el *salvamento*" En: periódico *La Jornada*. 2.08.1999. México.

González Amador, Roberto. 2012. "Documenta *The Guardian* la colusión Televisa-Peña". En: periódico La Jornada. 8.06.2012. México, p. 7.

González Amador, Roberto (2012). "Unidad secreta de Televisa operó en 2009 a favor de Peña: *The Guardian*". En: periódico La Jornada. 27.06.2012. México, p. 3.

González, Susana (2013). "Grandes empresas despiden a 68 mil persons de enero a junio". En: periódico La Jornada 05.08.2013. pág. 28

Gramsci, Antonio. 1985. Antología. México, Siglo XXI Editores.

Habermas, Jürgen. 1993. Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos. México, Editorial Rei.

Hall, Stuart. 1999. *Representation*. London, Sage.

Jiménez, Horacio. 2012. "Tribunal no podrá revertir fallo a favor de Peña: Alanís". En periódico El Universal, 18.01.2013. México.

Jiménez, Javier. 2012. "De encuestas, compra de votos y otras atrocidades". En: periódico La Jornada, 6.07.2012. México.

La Jornada. 2012. "Encuestas: ¿anomalía estadística o alineamiento deliberado?". 6.07.2012. Editorial, México.

La Jornada. 2012. "Ejecutivo de Televisa alardea de ser el creador de Peña Nieto, dice el WSJ". 01.07.2012. México, p. 13.

Martínez, Violeta. 2012. "Avala TEPJF se destruyan las boletas electorales de 2012". En: La Jornada en Línea, 9.11.2012. En: http://www.cronicatierrablanca.com.mx/2012/11/avala_tepjf_se_destruyan_las_b.php

Méndez, Enrique y Muñoz, Alma. 2012. "La compra de votos por parte del PRI, más grave que el Pemexgate: Jaime Cárdenas". En periódico La Jornada, 9.07.2012. México, p.8.

Olson, Georgina y Ramos, Jorge. 2014. "Van \$7.7 billones a infraestructura; Peña Nieto anuncia proyectos en seis sectores". En periódico Excelsior en línea. 29 de abril de 2014. <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/04/29/956352> Visitado el 30 de junio de 2014.

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018o 2013. En: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013 Visitado el 30.06.2013.

Portelli, Huges. 1997. Gramsci y El Bloque Histórico. México, Siglo XXI Editores.

Román, José Antonio. 2013. "Inversión en infraestructura superará los \$4 billones esta administración: Peña". En periódico La Jornada, 16.07.2013. México, p.15.

Sinembargo.mx, 2014. "Para 2015, el gobierno propone contratar deuda pública por 673 mil mdp" (9.09.2014). En: <http://www.sinembargo.mx/opinion/09-09-2014/27099> Visitado 12.09.2014.

The Trilateral Commission. 2010. Executive Comminttee. En : <http://info.publicintelligence.net/TrilateralList2010.pdf> Visitado: 29.07.2013.

Urrutia, Alonso y Martínez, Fabiola. 2012. "Rechazan magistrados todas las quejas de la izquierda". En: periódico La Jornada, 29.08.2012. México, p.12.

Urrutia, Alonso y Martínez, Fabiola. 2012. "Exculpa el IFE a Peña Nieto y Televisa por campaña encubierta". En: periódico La Jornada, 17.08.2012. México, p.7.

Urrutia, Alonso. 2011. "Aprueba Consejo General del IFE propuesta de presupuesto para 2012, por casi \$16 mil millones". En: periódico La Jornada, 26.08.2011. México, p.18.

Urrutia, Alonso. 2011. "Más de 2 mil estaciones de radio y televisión emitirán unos 21 millones de promocionales". En: periódico La Jornada, 18.11.2011. México, p.16.

Wilson, S. (2012). "China's State in the trenches: A Gramscian analysis of civil society and rights-based litigation". *ProtoSociology*, Vol. 29/2012. Frankfurt, Alemania. Departamento de Ciencias Sociales, Universidad Goethe, Pp: 57-75.

Zúñiga, Juan Antonio; Méndez, Enrique y Ballinas, Víctor (2013). "La deuda pública llega 6 billones 62 mil millones en junio". En: periódico La Jornada, 01.08.2013. México, p.23.