



El domingo, López Obrador debe vencer también al fraude y la maquinaria oficial

Por: [Gerardo Villagrán del Corral](#)

Globalización, 27 de junio 2018

alainet.org 26 junio, 2018

Región: [América Latina, Caribe](#)

Tema: [Democracia](#), [Política](#)

Grandes empresarios que chantajea a sus trabajadores, medios hegemónicos que falsean la realidad y la corrupta maquinaria institucional, electoral y de compra de votos del oficialismo corporativista del PRI se alían para tratar de impedir la victoria de la centroizquierda en México en las elecciones presidenciales del próximo domingo.

La todavía muy poderosa maquinaria del oficialista Partido Revolucionario Institucional (PRI) recibe los últimos ajustes para ser puesta en funcionamiento en los comicios presidenciales del 1 de julio e impedir la elección del centroizquierdista Andrés Manuel López Obrador, con ventajas de 12 y 22 puntos sobre sus dos contendientes de la derecha, Ricardo Anaya y José Antonio Meade, respectivamente.

López Obrador llamó al Instituto Nacional Electoral (INE) a realizar un esfuerzo para que la noche del primero de julio se den a conocer los resultados preliminares de los comicios, luego que éste informara que los resultados de los comicios los dará a conocer hasta lunes 2 de julio. Señaló que pese a ir muy arriba en las encuestas es necesario no confiarse y emitir un voto masivo en las elecciones del próximo domingo.

“No hay que confiarse. La mafia del poder existe y los jefes están desesperados. Es indispensable el voto masivo, que el triunfo sea contundente y que podamos decir ‘tengan para que aprendan’», señaló. La presidenta nacional de Morena, Yeidckol Polevnsky, aseveró que “esta elección está definida, está decidida, no queremos que con manejos y manipulaciones quieran hacer otra cosa, la única manera de remontar la ventaja es con fraude, y no se los vamos a permitir”.

El PRI moviliza 665 mil 410 operadores y representantes tratando de apalancar la candidatura de Meade, el tercero en discordia. “No hay otro partido que tenga un implante verdaderamente nacional que esté presente en todos los estados y municipios, que ha probado una enorme eficacia”, advirtió Alfonso Zárate en El Universal.

Ricardo Anaya, del derechista PAN, segundo en las encuestas, también ataca permanentemente a López Obrador y afirma que el candidato se desinfla: “los bots con los que manipulan las redes sociales no van a votar este domingo, y nosotros con esta fuerza ciudadana, con votos reales vamos a ganar la presidencia”.

Su optimismo se basa en el triunfo de México en el Mundial de México y sus actos de cierre de campaña, donde insistió en sus compromisos de campaña de combatir la corrupción, bajar el impuesto a las gasolinas, otorgar apoyos a las mujeres y a los adultos mayores, así como becas a los jóvenes.

A principios de 2017, Cambridge Analytica (CA), que utilizó información personal de los

usuarios de Facebook para “dirigir” el resultado de las elecciones en Estados Unidos, se acercó al PRI para ofrecerle un plan que surtiría el mismo efecto en la elección del próximo 1 de julio, a favor de Meade.

El plan le costaría 7.2 millones de dólares al PRI, informó el diario estadounidense The New York Times (“Los recursos del PRI en las presidenciales: de Cambridge Analytica a la politización de la justicia publicada”), donde afirma que “ante muy malos números en encuestas para el voto presidencial”, Cambridge Analytica le ofreció ayudar al PRI a ganar tal como lo había hecho con Donald Trump. La propuesta fue plasmada en 57 páginas que redactó la compañía y a la que tuvo acceso el NYT.

El PRI revisó esa propuesta durante meses, abundó el diario, y al final decidió que no necesitaba pagar millones de dólares a alguien externo para una campaña sucia. En su presentación, refirió el diario, la empresa prometió mejorar la imagen del PRI y destruir la de su principal competencia, López Obrador, “con técnicas similares a las empleadas en contra de Hillary Clinton en la elección presidencial de 2016”.

CA prometió “una poderosa estrategia de campaña negativa para socavar” a López Obrador. Pese a haber rechazado el plan, el PRI sí usó una serie de estrategias mediáticas, a instituciones de procuración de la ley y a órganos judiciales que controla. Según el NYT, con frecuencia, el gasto del gobierno aumenta en programas para el combate del hambre o para ayudar a los pobres, y dichos programas son transformados en máquinas de compra de voto durante los años electorales.

Los gastos totales en los principales programas sociales mexicanos se dispararon un 20% en los primeros cuatro meses del año, de acuerdo con el grupo de Acción Ciudadana Frente a la Pobreza, refirió el rotativo. Pese a todos sus esfuerzos, indicó el NYT, las ganancias han sido marginales para el partido gobernante, que se encamina a una derrota contundente en julio, con Meade en un distante tercer lugar en encuestas.

De hecho, resaltó, las acciones priistas parecen haber surtido el efecto contrario y posiblemente terminaron por ayudar a López Obrador. Lo mismo pasó con las presiones de los grandes magnates, directivos y dueños de medios de comunicación, grupos financieros, compañías de infraestructura y de otros giros, que cerraron filas con Meade.

Las conocidas prácticas del corporativismo priista están puestas a disposición del candidato oficialista: en los actos de campaña, la CNC, el sindicato petrolero o Antorcha Campesina llenan auditorios o explanadas con miles de acarreados, a quienes los oradores enardecen y ponen a punto, hasta que aparece el aspirante y la euforia se esfuma, señala la revista Proceso.

El “músculo electoral” del PRI parece no ser suficiente para impulsar a Meade, que se escucha plano, frío y que, además, en sus promocionales de televisión no hace oferta alguna y se limita a tratar de ensuciar la imagen de López Obrador, quien para ser el próximo presidente, no solo debe arrasar en votos, sino superar las trampas y fraudes de las dos coaliciones de derecha y del establishment mexicano.

Gerardo Villagrán del Corral

Gerardo Villagrán del Corral: *Antropólogo y economista mexicano, asociado al Centro Latinoamericano de Análisis Estratégico (CLAE, www.estrategia.la)*

La fuente original de este artículo es alainet.org

Derechos de autor © [Gerardo Villagrán del Corral](http://alainet.org), alainet.org, 2018

[Comentario sobre artículos de Globalización en nuestra página de Facebook](#)
[Conviértase en miembro de Globalización](#)

Artículos de: **Gerardo Villagrán del Corral**

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Center of Research on Globalization grants permission to cross-post original Global Research articles on community internet sites as long as the text & title are not modified. The source and the author's copyright must be displayed. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca