



JÓVENES, PARTICIPACIÓN POLÍTICA Y CAMPAÑA DEL MIEDO

Irene Aguado Herrera¹ y Laura Palomino Garibay²
FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES IZTACALA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Resumen

Analizar cómo percibieron los jóvenes la denominada campaña del miedo llevada a cabo en el proceso electoral del 2006 en contra del candidato a la presidencia del PRD, Andrés Manuel López Obrador, así como el sentido que le dan a su participación política en el contexto generado por dicha campaña. Para ello se implementó un Taller elaborativo vivencial denominado "la Campaña del miedo y la participación política" en el que participaron en el que 80 Alumnos de la carrera de psicología. El discurso obtenido a partir de este dispositivo se analizó a partir de las categorías: a) Elementos sociales que se evocaron, b) Impacto y apropiación de los mensajes y c) Papel que jugaron en la preferencia electoral.

Palabras clave: jóvenes, participación política, miedo, campaña política.

Abstract

The objective is to analyze how the young people perceived the so-called campaign of fear set during the electoral process of 2006 against PRD's candidate, Andrés Manuel López Obrador, as well as their perception of his political participation within the generated context by this campaign. In order to pursue this objective it was implemented a workshop called "The Campaign of fear and the political participation" in which we counted with the participation of 80 undergraduate students from the psychology department. The obtained discourse by this workshop was analyzed taking into consideration the next elements: a) Evoked social elements, b) Impact and appropriation of messages and c) Role this elements played in their electoral preference.

Key words: young people, political participation, fear, political campaigning.

¹ Profesor Asociado C de T.C. Carrera de Psicología, UNAM FES Iztacala. ireneag@correo.unam.mx

² Profesor Asociado C de T.C. Carrera de Psicología, UNAM FES Iztacala. lpalominog@prodigy.net.mx

INTRODUCCIÓN

Concepto de Jóvenes

A lo largo de la historia, la juventud se ha concebido desde diferentes dimensiones. En algunas sociedades destaca como principal característica la edad, en otras la dependencia económica de este grupo a los padres; sin embargo, en las continuidades que presenta la historia, persiste el considerarlos como sujetos temporalmente “incapaces”: de tener una familia, de conocer la ley, de una formación que los prepare para la vida.

El estudio de la juventud cobra especial relevancia en el siglo XX a partir de su participación gradual en procesos de índole social, política y cultural; aunque su papel histórico existe ya como un fenómeno social desde la antigüedad en la sociedad occidental. Se distinguen diversas formas de aproximación a esta noción en los debates actuales, así, se le ubica en tanto actor social que por sí mismo representa un permanente desafío al orden establecido por las instituciones del grueso de las sociedades modernas. Se le coloca en un lugar simbólico en el que afina, modifica o clausura el sentido de los valores de la sociedad, la juventud se aborda a modo de concepto relacional en correlación al contexto social (Valenzuela 1997). Al joven como categoría de análisis se le instituye sujeto imprescindible en la comprensión de la vida social (Reguillo, 2006). En tanto metáfora social (Feixa, 1999) se le coloca en relación con el futuro. Forma parte del relato social al encarnar desde la desesperanza hasta el espectáculo, (Criado 2005).

Se puede reconocer que lo joven es una noción que cobra sentido en diversos escenarios de socialización y reflexión para Bordieau (2000) “la juventud no es más que una palabra” (citado por Pérez, 2000, p. 15), planteando con ello que las relaciones entre la edad social y la biológica son muy complejas y, por lo tanto, suelen estar sujetas a manipulación, sobre todo en el sentido de concebir a los jóvenes como una unidad social con intereses comunes por el único hecho de compartir un rango de edad” (Pérez, 2000, p. 15). Una palabra, sí, si por ella se

atiende una inscripción en una formación discursiva donde lo biológico como criterio de verdad, ha permitido que se emplee como principal razón de denominación la edad, pero que no termina de dar cuenta de estos sujetos. Finalmente compartimos la propuesta de Fernández (2001) sobre la noción de juventud "como una construcción sociocultural contextualizada de manera espacio-temporal, de composición heterogénea y carácter procesual" (p. 23).

Uno de los autores más interesados en estudiar la juventud, es Carlos Feixa (1999) quien ha elaborado numerosos trabajos y a partir de los cuales desarrolla el concepto de metáfora social, el joven como la esperanza del futuro, la ilusión y el progreso, responsabilidad otorgada por la sociedad, se le confiere una responsabilidad muy en el terreno de lo generacional, es decir, se le demanda un encargo de transmisión de lo que el adulto espera.

Feixa (1999) construye como referente conceptual el término "Culturas Juveniles" que remite a considerar "... el conjunto de formas de vida y valores, expresadas por colectivos generacionales en respuesta a sus condiciones de existencia social y material" (Feixa, 1999, p.73). En oposición a los términos de microculturas o subculturas que denotan desviación de lo normal, para él, hablar de culturas remite a las materialidades provenientes de las identidades generacionales, de género, clase, etnia y territorio. El autor señala "en línea con la escuela de Birmingham, propongo considerar a las culturas juveniles como "metáforas" del cambio social que actúan como "espejos deformantes" que reflejan (de manera distorsionada) las contradicciones de una sociedad cambiante, en términos de sus formas de vida y valores básicos"(p. 75). Es de particular importancia la propuesta de este autor, dado que ha generado líneas de investigación que refieren la existencia de formas y vías de comunicación transnacionales que identifican a los jóvenes de diferentes lugares. Sin que esto implique una homogeneidad como se considera en muchas ocasiones.

Para Martín Criado (Cueva, 2005), la juventud es parte de un relato social donde se representan diferentes aspectos de la sociedad que pueden ir desde la desesperanza, hasta convertirse en el centro del espectáculo, esta propuesta la retoma y amplía Mario Cueva en su texto *La juventud como categoría de análisis*

sociológico, donde propone realizar cualquier análisis partiendo de que la crisis entre adultos y jóvenes invariablemente ha existido, pero en el siglo XXI adquiere un matiz diferente al colocar en el juego el enlace entre generaciones. Anteriormente se tenía la seguridad de una existencia para ambos grupos, en la actualidad predomina la "antisociedad atascada en la falta de expectativas a futuro y, por ende, en la incertidumbre en relación con la capacidad de las sociedades occidentales para reproducir la vida o, en todo caso, para enlazar experiencias con frecuencia muy alejadas unas de otras" (p.20). A partir de lo anterior se puede afirmar que la dimensión de lo joven adquiere gran importancia al realizar el presente trabajo, por lo que se propone ubicar al estudiante como un joven universitario.

Se han recuperado diferentes modalidades de lo que desde diversas ópticas son aproximaciones sobre lo joven, la juventud o los jóvenes. Como se puede observar ofrecen diferentes características, mismas que obedecen a las condiciones históricas en que se produce ese conocimiento sobre el sujeto joven. Cada una de esas formas contribuye a explorar el fenómeno sin concluir o unificar criterios, lo cual tampoco es interés de este trabajo, lo particular en todo caso está considerar

Jóvenes y Participación Política

Los jóvenes universitarios pertenecen a una población que se podría considerar privilegiada, en virtud de cómo se va restringiendo el acceso a este tipo de educación, es en ese lugar donde establecen vínculos, inicialmente con una tarea, la construcción de una formación profesional y en un segundo momento con la advertencia de la llegada del futuro, la inserción laboral y el inicio de la adultez.

Casillas (1998; p. 14) señala que para el grupo de los universitarios es de especial importancia considerar que el espacio formativo en que participa además de proporcionar una opción formativa, se constituye en un espacio de coexistencia con sus pares, y menciona que toda vez que los estudiantes comparten itinerarios y trayectorias semejantes y que participan en problemáticas comunes, estructuran

en conjunto procesos de construcción de identidades sociales muy profundas, sobre todo las relacionadas con definiciones profesionales. Lo que refleja a una población cuya mirada siempre está en el futuro, a diferencia de los grupos que se conforman en otros ámbitos, donde los espacios remiten continuamente a la salida de momento.

En este espacio, el de la educación media, donde se lleva a cabo gran parte de la construcción de significantes del estudiante el carácter de la educación obligatoria y gratuita para la población de un Estado, lo convierte a éste en el eje de la formación ciudadana, al mismo tiempo que fortalece los principios en los que se sostiene la educación como elemento de identidad nacional. En segundo término, en relación con las instituciones adultas públicas especialmente con el estado, generando una cierta imagen de la sociedad y de su rol en ella (p. 124). Coincidiendo con lo anterior Fernández (2005) precisa: “Una exploración de las representaciones colectivas acerca de la escuela muestra, en general, que en las figuraciones se encuentran aquellos rasgos vinculados a la institución universal, junto a otros que son la síntesis de la experiencia particular de las personas con las escuelas que han resultado significativas para ellas”.

El joven que continúa con la educación escolarizada, desarrolla en éste sentido una conciencia singular ante este deslinde con el resto de los grupos de jóvenes. Así, el grupo de edad de 20 a 24 años es el que concentra los estudios de licenciatura y un sector importante de los estudiantes de posgrado son menores de treinta años, lo que trae a colación un núcleo significativo y con un crecimiento gradual y permanente, pero menor poblacionalmente hablando.

La investigación sobre la relación estudiante - universidad se ha desarrollado básicamente en dos ejes: participación política en las universidades, en 1968, 1986-1987, 1999 y en la participación electoral de los jóvenes y los partidos políticos. Vertientes que se concentraron en tres temas recurrentes: las estrategias, la cultura política y el reemplazo generacional.

Poncela (2000, p. 46) afirma que “La universidad ha sido cuna de utopías, luchas y cambios, los jóvenes y las jóvenes estudiantes son señalados por la bibliografía existente en todo el mundo como pioneros de reformas y actores de

movimientos sociales. En los trabajos realizados a partir de los noventa, se enfatiza la pérdida de la credibilidad y relevancia de la universidad para algunos sectores de jóvenes como espacio seguro del aprendizaje y de socialización, dejando estas funciones en otros circuitos no institucionales.

En el primer caso destaca el trabajo realizado por Durand Ponte (1998) sobre *La cultura Política de los alumnos de la UNAM*, quien aplica una encuesta a los alumnos de los diferentes *campus* sobre los valores políticos de los estudiantes, el conocimiento político y la participación política, encontrando en cuanto a valores políticos una ruptura, que se manifiesta de la siguiente manera: "defienden un régimen que no existe, un deber ser que es deseable, desprecian lo existente como ilegítimo, respecto a sus valores y por serles ajeno e impenetrable. Además pareciera que están subjetivamente preparados para participar en su transformación por medios convencionales" (Durand, 1998, p. 84). Destaca particularmente otra conclusión "sólo un puñado de instituciones en donde destaca la Universidad no les produce desconfianza, aunque su confianza tampoco sea alta. Dentro de este mundo lo peor es el sistema político" (Durand, 1998, p. 85). En cuanto a la ubicación política Poncela afirma "ser independientes o no tener tendencia política fue lo que más aducen los jóvenes universitarios, si bien en la universidad pública la izquierda y el centro también son importantes en particular entre los hombres, y en la privada el centro y la derecha más acentuado en este caso entre las mujeres" (Poncela, 2001, p. 47).

Para el 2001, el trabajo "Lo cívico y lo político en las narrativas culturales de los jóvenes mexicanos" realizado por el Instituto Federal Electoral (2001) incorpora estrategias de investigación que permiten hablar a los actores de los procesos, y realizan una investigación en dos aspectos: la cuestión de los jóvenes en México y la política y lo cívico en los jóvenes, resalta en este documento la argumentación de que "...se puede afirmar que las líneas de investigación generadas hasta el momento no han articulado el consumo cultural y la vida política en un mismo marco de análisis" (IFE, 2001, p. 30) y que "...los estudios sobre participación política se han limitado a analizar su manifestación visible, institucional y, por otra

parte en los estudios sobre consumo cultural se ha enfatizado la capacidad interpeladora de los medios de comunicación (IFE, 2001, p. 30-31).

De particular importancia es el trabajo de Fernández Poncela *Cultura Política y Jóvenes en el Umbral del Nuevo Milenio* donde analizó el interés, las opiniones, actitudes, percepciones de hombres y mujeres jóvenes en torno a la política en nuestro país en alumnos del área de ciencias sociales de diversas instituciones para estudiar el interés e información y la postura de los jóvenes sobre los principales actores del sistema político y la credibilidad sobre dicho espacio encontró que a mayor formación mayor información incluso sin diferencia por sexo, mencionó una desconfianza enorme hacia el sistema político, y las universidades públicas fueron más críticas con los actores del sistema político, así como el sentido de responsabilidad, y el sentido democrático y nacionalista. Existe escepticismo frente a la palabra del gobierno, los que dicen creer el discurso oficial dan su voto al PRI la mitad de los que dicen creer en el gobierno dan su voto a la oposición.

Sobre el papel de la Universidad como instrumento de socialización política destaca que el factor determinante en el interés hacia la política recae en el conjunto de circunstancias que acompañan a la persona y hacen posible su ingreso a la educación superior así como las coyunturas sociales o factores extra universitarias y afirma que los universitarios no son una comunidad altamente interesada en la participación política, presentan un perfil plural de preferencias partidistas. Finalmente afirma los estudiantes son portadores de valores democráticos en su mayoría sin embargo hay una tercera parte con resabios autoritarios que puede ser producto del cambio cultural. Hay formación en abstracto pero poca de las situaciones cotidianas, detecta conservadurismo en las formas de participación contrario a la imagen de los universitarios como grupo radical. El régimen político se evalúa negativamente tanta que el gobierno poco confiable e igual que los partidos. De entre los y las jóvenes los estudiantes son quienes más participan, uno de los aspectos que se considera como detonante tanto de los movimientos estudiantiles como de los juveniles en general es el señalado como la conciencia de exclusión. Finalmente la autora realiza algunas

reflexiones sobre el tema: los jóvenes universitarios tienen cierta conciencia de exclusión social, política en concreto, lo cual tiene que ver con la incapacidad social y política de integrar a los jóvenes por procesos de socialización tradicionales.

Destaca algunas características del enfoque político desde la etapa juvenil estudiantil el escepticismo y la crítica aguda por un lado y el mayor interés por la información, así como la concepción en positivo de la participación política, esto siempre en contraste con la población. Parece que el interés de las mujeres hacia la política es menor, pero su calificación negativa es mucho más dura que la de los varones. Los universitarios de institución pública son los que más conversan de política, los más críticos y desconfiados y a los que les importa más el voto y lo ejercen en mayor porcentaje respecto a los de institución privada.

Como se puede observar los universitarios han mostrado a lo largo del tiempo interés, desconcierto, desconfianza por la política a lo largo de los años. De entre este haz, el objeto de reflexión sobre el que queremos llamar la atención es sobre la manera en que fue recibida e interpretada por este sector lo que se denominó, la guerra sucia o la campaña del miedo, que desde uno de los actores políticos se impulsó como principal estrategia de "convencimiento" del electorado. El objetivo consiste no en señalar que ésta existió, ello es un hecho suficientemente documentado y aceptado, lo que nos interesa es develar lo pensado y lo sentido por parte de "jóvenes universitarios" ante la campaña del miedo en tanto seres sociales depositarios y reproductores de su realidad y de su posición subjetiva frente a ella.

OBJETIVOS

Analizar cómo percibieron los jóvenes la denominada campaña del miedo llevada a cabo en el proceso electoral del 2006 en contra del candidato a la presidencia del PRD, Andrés Manuel López Obrador.

Analizar que sentido le dan a su participación política en el contexto generado por la campaña del miedo.

METODOLOGÍA

Población: 80 Alumnos de la carrera de psicología que acudieron a la convocatoria realizada por las autoras para participar en el Taller Elaborativo Vivencial denominado: “La Campaña del Miedo y la Participación Política”

DISPOSITIVO

El trabajo grupal que se propone permite realizar un trabajo tanto sobre lo psíquico como lo social que se precipitan y dan lugar a la subjetividad. Este dispositivo lo denominamos elaborativo vivencial³, ya que por un lado se propone a los participantes a partir de la implementación de soportes metodológicos (analizadores) que recuperen las vivencias que en torno a su lugar, función y tarea como educadores puedan evocar. Con ello lo que se solicita es la producción de una expresión simbólica –un acontecimiento- ya sea de manera gráfica o hablada en la que el sujeto recuerde, no el acontecimiento en sí, o lo “efectivamente sucedido”, sino la manera como fue vivido, esto es el sentido, el significado, la interpretación que ha construido respecto a lo referido y a partir de la cual se ubica como sujeto de determinadas circunstancias de las cuales es efecto. Bajo el entendido de que en este proceso el sujeto dice, devela más de lo que quiere decir, toda vez que en él se juega el orden de lo inconsciente. De ahí que, el discurso sea no sólo una producción permanente sino también y al mismo tiempo una exigencia y una posibilidad de producción de nuevas interpretaciones, nuevas significaciones sobre lo vivido.

El discurso y las manifestaciones expresivas a que se da lugar son la materia prima que permite realizar un proceso elaborativo. El proceso de elaboración abre la posibilidad de resignificar la situación y establecer vínculos

³ Acerca de este dispositivo y procesos de investigación- intervención en el que se ha implementado, pueden consultarse: Aguado Herrera Irene, Cesar, R. Avendaño Amador, Díaz Contreras Mario (2002) *Ser psicólogo o de cómo se organiza la idea de esta profesión.*, en Aguado, Fernández y Tavera , *Subjetividad Psicoanálisis y Teoría Social*, México, FES Iztacala; Aguado Herrera Irene, Cesar, R. Avendaño Amador, Díaz Contreras Mario (2008) *Elaboración y vivencia de la práctica profesional* en Mondragón, Avendaño, Olivier, Guerrero, *Saberes de la Psicología*, México, FES Iztacala.

diferentes; producir nuevas interpretaciones, nuevas lecturas, nuevas formas de significación que permiten un proceso de re-construcción del pasado a efecto de dar lugar a nuevos, diferentes sentidos que permitan comprender “lo que se es, lo que se piensa sienta y fantasea”, y por tanto, se da lugar a un proceso de re-construcción de su pasado, a efecto de reconocer y modificar los aspectos que lo han constituido, pasando de un lugar de desconocimiento y determinación a uno de autoconstitución, comprensión y responsabilización.

PROCEDIMIENTO.

La población se dividió en dos grupos de cuarenta participantes cada uno, se realizaron tres sesiones de dos horas cada una, las cuales fueron coordinadas por una de las autoras y fungiendo la otra como observadora, estas funciones se alternaron en cada uno de los grupos.

El procedimiento consistió en proyectar 15 *spots* que formaron parte de la campaña del miedo y que fueron subsidiados por el Consejo Coordinador Empresarial y que se difundieron a través de las dos empresas televisoras privadas con cobertura nacional. En la primera sesión se Implementó una técnica de recuperación y elaboración de las emociones que les provocaron los *spots* proyectados, a partir de la siguiente consigna: con los colores que ustedes elijan elaboren un dibujo en el que representen la emoción o emociones que pueden reconocer como efecto de lo que acaban de ver. En la segunda sesión se trabajó con base en la pregunta ¿Qué sentimientos y/o emociones pudieron reconocer en ustedes a partir del material que les fue proyectado y que representaron en sus dibujos? En la tercera sesión se dio lugar a la exposición verbal por parte de quienes así lo desearon, tanto de su dibujo como de lo que ellos quisieron plasmar. Cada intervención tuvo una duración de aproximadamente 15 min. La intervención por parte de la coordinación del grupo fue tanto para proponer hipótesis de trabajo sobre lo que se enunciaba como en el cierre y la devolución.

El discurso producido en estas condiciones, se grabó, transcribió, se recuperó y analizó el contenido en el que se encontrara de manera explícita el aspecto de las emociones.

RESULTADOS Y ANÁLISIS

Dispositivo Grupal

El trabajo de análisis se realizó a partir de los dibujos elaborados, así como del discurso producido, las categorías de análisis fueron: a) elementos sociales que se evocaron, b) impacto y apropiación de los mensajes, y c) papel que jugaron en la preferencia electoral.

Aspectos generales

En ambos grupos el material que se les proyectó ya lo conocían, ya que lo habían visto durante la campaña electoral en la televisión, sin embargo se señaló que no se habían puesto a reflexionar sobre ellos. Durante la proyección había risas que durante el trabajo grupal se relacionaron con el coraje o la inquietud que el material les provocaba. En uno de los grupos el clima de trabajo durante toda la sesión fue relajado y tolerante a lo que cada cual exponía; mientras que en el otro grupo se llegó a discusiones acaloradas e incluso se dio lugar a algunas confrontaciones sobre todo a partir de que hicieron expresas las preferencias partidistas a pesar de que ello no era un tema de análisis propuesto por la coordinación del grupo.

A) Elementos sociales que se evocaron:

Entre los elementos sociales que se plasmaron en los dibujos y se evocaron en su discurso fue cómo perciben la situación del país actualmente,

caracterizándolo como: aumento de la pobreza, inseguridad y falta de expectativas de una mejor vida. A lo que aunaban el efecto negativo resultado del proceso electoral, a ver al país en estos términos *“al país éste lo nuestro dividido, confrontado, polarizado”* y a la ciudadanía, o sea a ellos, a nosotros, se le representó débil, confundida, defraudada, enojada, engañada, desesperanzada. A modo de síntesis decían *“la situación del país ahorita en este momento está muy mal”*.

Por otra parte, también se recuperaron las constantes referencia a la amenaza de una crisis económica y social si AMLO accedía a la presidencia de la república. Ubicando como escenario el legado histórico en el que podemos encontrar recurrentes crisis económicas. Los cambios en el nivel económico que supuestamente traería una determinada opción política se asocian a; *“Crisis, crisis, de calidad de vida obviamente económico, cultural y demás no, ya todo la palabra crisis se te lleva como lejos, puta una crisis en el sentido que sea es algo negativo, no es crítico es enfermedad crónica no sé todo lo que implique crisis te vas bien lejos no obviamente negativa”*.

B) Impacto y apropiación de los mensajes:

El mensaje que se transmitió en los spots lo definieron como *“la estigmatización de uno de los candidatos”*, brindar e incluso imponer a la ciudadanía una determinada imagen de uno de los candidatos, *“a López Obrador lo ponen a como sí fuera el mismísimo lucifer, que va a llevar al país al infierno”*. El efecto que se buscaba a partir de ello, fue ubicado como miedo; como un elemento fundamental en el contenido de los spots. El mensaje que se pretendió infundir fue fundamentalmente de amenaza de inestabilidad en los aspectos de índole económica y la crisis que ella conlleva. Como se expresó por uno de los participantes de la siguiente manera: *“Todos sus argumentos que usaban eran, todo lo que tienes, incluso lo resaltaban no, lo poquito que tenemos, que has pagado poco a poco, tu casa, los veinte pesos por los veinte mandados, o sea un*

peso por cada mandado, todo eso, todo eso que has hecho con tanto esfuerzo, desde ahí a quien va dirigido ese spot no". "Es con el miedo que les meten a través de este personaje o sea como no pueden contra él meten el miedo".

La forma como se apropiaron el mensaje se expresó de la siguiente manera: "porque te da miedo que realmente haya una crisis económica, miedo a que los que tienen ingresos económicos no tan bajos no muy altos pero si a que los que con mucho esmero has tenido y te da miedo y como te lo has ganado pues te da miedo". "El [su papá] nos llamó y dijo: estoy en una empresa privada y no me conviene que gane Obrador porque entonces puede hacer devaluar mis ingresos no me conviene, yo soy pobre".

La respuesta más frecuente, la emoción que en la mayoría afloró y se enunció de manera enfática ante el mensaje recibido fue el **CORAJE**. Lo que se expresó así: lo que sentí yo fue coraje, en mí fue coraje, y de manera más radical; *"bueno yo estoy super mega emputado. o bien como medio enojo, me calentó"*. En otros casos las emociones que primero se enunciaron fueron: desconcierto, tristeza y dolor. También se hizo referencia a como se sintieron estas emociones incluso en su cuerpo; *"pues ese sentimiento que me hizo sudar", " hasta me duele la panza"*.

C) Papel que jugaron en la preferencia electoral:

Con relación al efecto que este tipo de campaña generó en la ciudadanía lo ubicaron en los siguientes términos: manipulación. *"El hecho de que hayan puesto ese tipo anuncios era precisamente para eso para manipular, vaya que muchas personas que no precisamente están en buen nivel están de acuerdo con el poderoso, no piensan que va a pasar por ejemplo con la universidad pública, pero están de acuerdo con eso, y ni siquiera están informados"*. De lo que responsabilizaron directamente a los medios de comunicación; *"yo creo que algo importante aquí son los medios de comunicación masivos estos la gran mayoría y los más fuertes son manejados por el mismo gobierno entonces yo opino que lo que se ve en la tele y lo que escucha en el radio, la mayoría de las veces está*

como guiado a un objetivo al objetivo político de la derecha que es la que este caso tiene el dinero entonces este los medios masivos de comunicación o ese tipo de discursos son formadores de criterio pero son formadores de criterio en tanto a mueven emociones dicen no sabes que dicen es esto a que coraje pero nunca te dicen porque nunca te dicen que onda, nunca te dicen hacen en realidad simplemente van a la descalificación”.

Como efecto de esta manipulación ubican la construcción de la preferencia electoral “y que si lo recibes directamente obviamente dices no pues si no, hay que votar por el otro”, “toda una manipulación es con toda la línea dices puta así no puede ser que te pongan ese tipo de mensajes y que aparte es así obviamente muchísima gente se los recibe así con toda la iniciativa que trae el mensaje o sea pero con toda no, crisis, crisis, crisis”. En este mismo sentido se hace la siguiente reflexión; “recuerdo que como iba acercándose el día de la elección como que nos bombardeaban más, y de esa manera pretendieron y vaya que si lo lograron manipular a mucha gente” A partir de que la ciudadanía se sintiera amenazada por: “pérdidas, la amenaza eran pérdidas, sí”.

De lo que se concluye que se asocio a uno de los candidatos atributos o características, para que la ciudadanía no votara por él *“ese miedo que intentan meterme ese miedo a la inseguridad en el país a la, a una crisis pus, para que no vote por él.”*

En esta línea de dos efectos ubicaron dos efectos paradójicos, por una lado **la apatía** y en consecuencia **el abstencionismo**, en este sentido dicen: *“estamos saturados y a la vez estamos apáticos, yo ya estoy harto”, o lo hacen para “llegar a este punto de que digas hay ya no me interesa, ya no quiero, ya no me interesa quien quede, ya ese voto, o ya se anulo estás dejando que alguien decida por tí”* y por otro lado la división y la confrontación *“lo mismo de los spots también como que el pueblo se fue con uno o con otro”*. Como consecuencia de la confrontación señalan que: *“el país está envuelto en una situación por una lucha de poder de izquierda y derecha”* que existe un *“clima de confrontación que se da a todos los niveles”*.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos de la implementación de ambos dispositivos, nos permiten señalar que la transmisión de una determinada emoción en este caso el miedo constituyó el eje y el objetivo de lo denominado campaña sucia. Esta emoción no sólo impactó en el electorado en el sentido de su votación sino en la generación de emociones concomitantes como el enojo, el coraje, la tristeza y la apatía, reforzando con ello una visión negativa de la política que durante mucho tiempo ha prevalecido en el país; al concebirse como actividad sucia y alejada a los intereses y objetivos de la vida y el bienestar común.

En este sentido Woldenberg (2006) señala que “la pervivencia de discursos excluyentes que ven en el adversario al Mal encarnado, lo que no ayuda al asentamiento de la convivencia de la diversidad política” (p 8). En ello podemos llamar la atención sobre los efectos perniciosos que la realización de este tipo de campañas tiene y los cuales abarcan el proceso de subjetivación política más allá del periodo del proceso electoral.

En este mismo sentido pernicioso podemos ubicar como efecto en la colectividad y en la vida cotidiana la polarización de los miembros de la sociedad. El problema de la polarización de la sociedad mexicana se ha vivido por todos nosotros cotidianamente en la calle, con los amigos e incluso al interior de las familias, la cual tiene como origen la confusión, el antagonismo y el malestar transmitidos en los spots televisivos, adicionalmente ello se convierte en un obstáculo para establecer los vínculos y la pertenencia a la rex pública necesaria a la condición ciudadana y la participación política. Situación que además tiene particular impacto con los miembros más jóvenes de la sociedad, toda vez que apenas están siendo incluidos en este tipo de prácticas políticas. De lo enunciado por los participantes en los talleres nada más contrario a ello que las campañas del miedo; ya que si bien éstas pueden llevar al electorado a las urnas, ello no quiere decir que se esté sosteniendo una práctica política en la que se refrende a pertenecía al mundo público ni que se forme parte de un “nosotros” a partir del ejercicio de los derechos ni del oficio ciudadano.

En consecuencia, se debe subrayar la importancia de analizar no sólo los objetivos y los modos en los que el miedo ha sido utilizado con fines políticos o político electorales, sino y fundamentalmente los efectos que en los procesos de subjetivación y construcción de ciudadanía se producen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguado Herrera Irene, Cesar, R. Avendaño Amador, Mario Díaz Contreras Mario (2002). Ser psicólogo o de cómo se organiza la idea de esta profesión., en Aguado, Fernández y Tavera, **Subjetividad Psicoanálisis y Teoría Social**, México: FES Iztacala.
- Aguado Herrera Irene, Cesar, R. Avendaño Amador, Díaz Contreras Mario (2008) Elaboración y vivencia de la práctica profesional en Mondragón, Avendaño, Olivier, Guerrero, **Saberes de la Psicología**, México: FES Iztacala.
- Casillas, M. (1998). Notas Sobre la Socialización en la Universidad. **Revista JOVENes. Cuarta época, 2** (7) 12-27. México: Instituto Mexicano de la Juventud.
- Cueva, P.M. (2005) **La Juventud Como Categoría de Análisis Sociológico**. Cuadernos de Investigación 32. México: Instituto de Investigaciones Sociales UNAM.
- Durand Ponte, V.M. (1997). **La Cultura Política de los Alumnos de la UNAM**. Coordinación de Humanidades. México: Porrúa.
- Feixa, C (1999). **De Jóvenes, Bandas y Tribus**. Barcelona: Plaza.
- Fernández Poncela, A. M. (2001) **Jóvenes y Política: Balance y Perspectiva**. Barcelona: Plaza.
- Fernández Poncela, A.M. (2005). **Infancia, Adolescencia y Política en México**. México: Porrúa.
- Instituto Federal Electoral (2001). **Democracia, Formación y Ciudadanía**. México: IFE.
- Pérez, I. J. A. (2000). Ser Joven en México, Concepto y Contexto, en Pérez, I. **Jóvenes e Instituciones en México 1994-2000 Actores, Políticas y Programas**. México: Instituto Mexicano de la Juventud.

Reguillo, R. (2006). Anclajes y Mediaciones del Sentido. Lo Subjetivo y el Orden del Discurso. ***Dossier de Investigación Cualitativa en Salud***. México: Universidad de Guadalajara.

Touraine, A (2001). ***¿Podemos vivir juntos?*** México: FCE.

Valenzuela, J. (1997). Culturas Juveniles, Identidades Transitorias, ***Jóvenes Cuarta Época, 1*** (3) 12-35. México: Instituto Mexicano de la Juventud.

Woldenberg, J (2006) Lo Bueno, lo Malo y lo Peor. En ***Nexos, 344***, 7-9. México: Nexos.