

Salvando a Peña Nieto

Por Juan Luis Hernández*

La propaganda política es una estrategia de los gobiernos para legitimar sus decisiones, acciones y omisiones. La propaganda no ofrece razones, sólo símbolos y frases hechizas que generen opinión pública. Cuando la propaganda es buena, es decir, cuando se juega adecuadamente con los valores, símbolos, creencias, expectativas y logros de una sociedad, los gobiernos no necesitan ni la coerción ni la coacción.

La portada de la revista *Time* con la efigie de Enrique Peña Nieto es un acto de propaganda política. Es el signo con el que se está caracterizando este gobierno. Ya el 31 de diciembre pasado nos enteramos de que otra revista, *The Banker*, había puesto al actual secretario de Hacienda mexicano como el ministro de finanzas del año. La razón, aducía el medio, eran los contenidos de la recién aprobada reforma hacendaria, financiera y fiscal.

Sabido es que si hubo una reforma de las aprobadas en 2013 que no gozó ni de consenso ni de estatura legislativa, fue justamente la hacendaria. El gobierno federal tuvo que reunirse con el sector empresarial y echar a andar una operación cicatriz debido al descontento por dicha reforma, aunado a los desaciertos del SAT al exhibir a los deudores del fisco pero ocultar a los beneficiarios (privados) de las condonaciones de impuestos. ¿Eso era como para ser recono-

cido por un medio internacional como personaje del año?

Algo similar ha ocurrido con el Presidente mexicano. A un año de su gobierno, *Time* lo ha premiado prematuramente. Todavía no se ven los hipotéticos beneficios de las reformas y ya se ensalza desde el extranjero la aprobación de éstas, particularmente la energética. No obstante, festinar por anticipado con el audaz encabezado de “Salvando a México” (“Saving Mexico”) no parece ser otra cosa que un buen acto de propaganda bien preparado desde México para salvar al propio Peña Nieto.

¿De qué hay que salvarlo? De los magros y malos resultados de sus primeros 12 meses de gobierno. En estos días el número uno de Amnistía Internacional ha declarado que México sigue siendo un lugar donde los derechos humanos no importan, donde el Estado mexicano sigue enviando la señal de que la impunidad es nuestra moneda

corriente, de que el entramado institucional no ha cambiado casi nada la relación entre quienes denuncian la violación a sus derechos y las acciones oficiales para evitar que eso suceda.

En el año del regreso del PRI a Los Pinos aumentaron el secuestro y la extorsión, el territorio nacional sigue siendo el peor lugar para el tránsito de migrantes, el tráfico de personas se ha vuelto el negocio más rentable del crimen organizado, el gobierno de Obama—como ningún otro de EU—ha deportado a miles a este lado del río Bravo, creando un auténtico drama humano sin que esta administración defienda la dignidad y los derechos de esas personas.

Y hablando de reformas, un juez de lo civil del DF tiene con una “hojita”—literalmente—una decisión del Instituto Federal de Telecomunicaciones, el cual se supone, producto de la reforma constitucional, es el encargado de poner orden en el sector. Mientras ello ocurre, Carlos Slim y el duopolio televisivo protagonizan otra faceta más de su guerra para no perder lo ganado en años de dominio de mercados. ¿Eso es lo que premian de Peña Nieto?

Hasta ahora no hay una sola evidencia concreta de que

el bienestar de los ciudadanos mexicanos haya mejorado con las reformas.

Falta toda la legislación secundaria y en el caso de la reforma educativa, que ya la tiene, es absolutamente parcial para afectar el sistema educativo. ¿Por qué festejar

ahora? Parece que se necesitan apoyos desde el extranjero para aupar lo que adentro no se ve con buenos ojos.

Todo este juego deriva en una pregunta: ¿*Time* prestigia o desprestigia a Peña Nieto? ¿Peña Nieto prestigia o desprestigia a *Time*?

La estrategia propagandística de “Saving Mexico” puede ser como el caldo que sale peor que las albóndigas. No sólo ha merecido burlas en las redes sociales, que no lo aprecian como algo serio, sino que ha despertado dudas respecto a lo que este gobierno está necesitando para legitimar un ejercicio que no termina por convencer a la mayoría de los mexicanos. La estrategia suena más a “Salvando a Peña Nieto”. **Tendremos que estar preparados para cinco años de propaganda política de todo tipo.** ☞



Fecha 24.02.2014	Sección Revista	Página 69
----------------------------	---------------------------	---------------------

Político, profesor
investigador de Ciencias
Políticas en la Ibero Puebla.
www.juanluishernandez.com.mx

La estrategia propagandística de “Saving Mexico” no sólo ha merecido burlas; ha despertado dudas respecto a lo que este gobierno está necesitando para legitimar un ejercicio que no termina por convencer.

