

EL DÍA D DE PEÑA

Fernando Vázquez Rigada

Muchos analistas han repetido que el gobierno federal no tiene estrategia para salir de este agujero de credibilidad que enfrenta. Se equivocan. La estrategia existe y está en marcha.

Existen dos tipos de legitimidad. La de las urnas y la del ejercicio. Peña y sus hombres han perdido la segunda, pero pretenderán relanzar el gobierno desde la primera.

En el análisis de sus operadores, el gobierno no tiene un problema de acción. Tiene uno de percepción.

Eso explica las declaraciones de Aurelio Nuño al Financial Times y el énfasis en la operación desde el flanco mediático.

La larga agonía que se abrió desde la noche triste de Iguala se fue potenciando por el pasmo operativo y la comunicación fallida. Hubo mala forma y peor fondo. Hubo repetición de un mensaje sin contenido.

Por lo mismo, pese a la incredulidad e incluso el clamor de la urgencia de una reestructuración a fondo del gabinete, la respuesta fue la salida del jefe de Comunicación Social, David López y del Procurador Murillo Karam.

Más importante que las salidas, con todo, acaso la lectura debe enfocarse en las entradas. En el tablero de juego presidencial entra Arely Gómez, cuya relación con su hermano Leopoldo -vicepresidente de noticieros de Televisa- no es determinante pero no estorba. Al menos suple la total inexperiencia en temas duros de procuración de justicia de la flamante procuradora en un país que está como el llano: en llamas. Se encarta a Tristán Canales, de Azteca, en las listas al Congreso. Apenas en diciembre el presidente realizó un elogio público de la empresa Televisa en la Cumbre Iberoamericana, en el momento más bajo de su presidencia, justo cuando sus índices de aprobación rozaban los de Ernesto Zedillo en otro diciembre fatídico: este en 1994.

Las coordenadas son claras: las elecciones no se ganan sin televisoras.

Peña arrancó el año con un mensaje a la nación que no tenía nada nuevo. Lugares comunes. Frases gastadas. Apostó al desgaste del movimiento de Ayotzinapa y lo logró, a un costo altísimo. Apostó a que se diluyera el deterioro de su imagen por corrupción y falló. El tema sigue plenamente vigente.

Como muestras de que no estaba dispuesto a admitir que había errores y asuntos urgentes que cambiar, hay dos indicios: una confesión a Ciro Gómez Leyva, en donde admitía que lo fácil habría sido ofrecer

disculpas con respecto a la mansión de Las Lomas, pero que no había motivo para hacerlo. El segundo fue enviar a sus operadores en el congreso a trabar la iniciativa del PAN contra la corrupción. El revire fue desastroso: nombrar a Virgilio Andrade para investigar a su jefe tras un alegato de su inocencia.

Ahí se llegó al punto culminante de la crisis. Desde el exterior llegaron los misiles que impactaron una vez más la credibilidad gubernamental. El primero fue del New York Times. El segundo, de The Economist.

El primero desnudó la riqueza grosera de un sujeto impresentable pero cercano a los Pinos: José Murat. La respuesta fue negar todo y tapar la información generando un circo mayor: se detuvo al hermano de Ángel Aguirre, otro impresentable, pero perredista. La detención se hizo el mismo miércoles que se publicó in extensu el reportaje contra Murat. El artilugio funcionó.

The Economist, por su parte, acuñó una cifra demoledora. Peña, dijo, no entiende que no entiende. Tenía razón.

Más valió esa sola frase que los litros de tinta que se publicaron aquí. Ahí se comenzó a confeccionar la nueva estrategia del gobierno.

Esta consiste en poner todos los recursos del gobierno y del PRI para ganar la elección intermedia. Si el PRI refrenda su mayoría en la Cámara Baja en la elección intermedia habrá obtenido un respaldo categórico e incuestionable.

El silogismo es: perdemos en las redes sociales, ganamos en las urnas. Perdemos con los comentócratas, ganamos con el pueblo. Una suerte de neopopulismo no alineado.

Para lograrlo, se ha operado en varios flancos.

Primero: los negativos del PRI se dispararon hasta cerca de 30 puntos que se reflejaron en una caída importante de sus preferencias. Es una marca deteriorada, pero no muerta. Tiene un voto duro temible. Uno que no le garantiza el triunfo, pero que le asegura (casi) siempre, competir. Ese voto duro pesa más mientras menos votos haya. El secreto de la elección es que no exista una movilización masiva de independientes para castigar al PRI.

El problema de la baja votación es la concurrencia. Una elección intermedia de diputados es como la obesidad: no despierta pasión. El problema no es ese. El tema es que hay 9 estados con elecciones a gobernador. Uno es un padrón grande: Nuevo León. Tres son padrones medios y tendrán alta participación: Sonora, Querétaro y San Luis. Guerrero y Michoacán tienen padrones grandes, pero hay que descartar una alta participación por la violencia. En esos estados, los candidatos a gobernador determinarán la suerte de los diputados federales.

Con todo, la más alta participación la promueven las elecciones de alcaldes. Y aquí se suma una vertiente central a la ecuación. El DF, Jalisco, Guanajuato y Puebla elegirán alcaldes. En el DF el PRI no tiene nada que hacer. Guanajuato es la plaza fuerte del yunque, por lo que se presentará un nuevo

platillo: PRI empanizado. Puebla posee la influencia de un gobernador duro del PAN con aspiraciones presidenciales. Para él, la elección es una aduana.

Eso implica que sólo dos estados de los seis padrones más grandes -El Estado de México y Veracruz- tendrán elecciones sólo de diputados federales. Ahí el PRI podrá abreviar votos importantes.

Segundo: hacer crecer a un partido satélite. Desde siempre, el PRI ha usado a partidos rémoras para legitimarse. Hoy los necesita para ganar. Por eso el Verde invirtió 350 millones de pesos en spots que han abierto a golpe de pantallazos unos cuantos puntos que acercan al tricolor a la ansiada mayoría.

Las encuestas hablan del crecimiento verde, pero la luz de éste éxito proyecta la sombra del mismo cáncer que consume a la presidencia: la corrupción. La inversión de recursos públicos involucra al dirigente Verde, Arturo Escobar, en un conflicto de interés directo con la empresa de su hermano Adrián, beneficiaria de los contratos con Cinépolis.

Tercero: Enrique Peña Nieto es un gran candidato. Ama hacer campaña. Disfruta el contacto con la gente. Por eso, a partir de la decisión de dar por perdido el primer semestre en términos políticos, Peña transmutó en el presidente/candidato. Guardó la solemnidad y se lanzó a cautivar. El experimento comenzó en San Andrés Tuxtla, Veracruz, en un evento de SEDESOL. Ahí hasta albureó con los veracruzanos. Siguió Querétaro, con transmisión en vivo en televisión del pastel que le regaló a Rosario Robles por su cumpleaños. Todos los delegados del país han sido instruídos para comunicar los logros del gobierno, inaugurar obras, emprender giras.

Se trata de una pinza doble. Un ataque aéreo de gran magnitud, con el Presidente como eje, y movilizar a la infantería gubernamental en todo el territorio nacional.

Abajo, para ganar lealtades y afianzar el pacto con televisoras, se regalan miles de televisores a las familias más necesitadas, so pretexto del apagón digital, a través de SEDESOL. Que haya hambre, pero no aburrimiento, sería el slogan.

Cuarto. Cambio de mensaje. Luis Videgaray fue el primero en reconocer que había un déficit de credibilidad. Que las cosas no funcionan. Que la gente no confía. Vino la remoción de Murillo Karam, víctima -que no responsable- de los hechos de Ayotzinapa. El rescate de FICREA.

Para volver, el PRI finalmente aprueba el sistema anticorrupción y aprieta el puño. En una semana detiene al Z 42, a la Tuta, a Abigail González Valencia, capo du tuti capi de Nueva Generación. En paralelo, el nuevo vocero, Eduardo Sánchez, entra con la consigna de modernizar la comunicación y apuntalar la imagen de cercanía del presidente. Veremos. Sus entrevistas en la cresta de la crisis no fueron pésimas: lo que le sigue.

Desde Inglaterra, el Presidente contesta a través del Financial Times a The Economist. "Sí entendemos"

Quizá. el gobierno está operando, pero mantiene sus debilidades intactas. El boato de la gira a Inglaterra desnuda la superficialidad. Los señalamientos de corrupción desbordan. El exceso ha disparado el déficit a niveles de alarma en enero pasado.

Con todo, la operación electoral del gobierno es, en teoría, su última gran capacidad. El gabinete cuenta con seis ex gobernadores y siete si se cuenta al líder del PRI. De sus miembros, once han tenido cargos de elección popular. Ganar elecciones es su fuerte. Hacerlo es lograr un refrendo y más: es demostrarle al mundo que, con todo, tienen el respaldo suficiente de los electores para transitar en una segunda etapa de gobierno. Que despiertan emoción. Que no habrá confianza absoluta, pero sí la suficiente para ratificar el mandato. Y eso es más que la comentacracia o la suma de tweets.

Ahí está la apuesta.

Contra ella opera el hartazgo. La indignación ante el abuso. La devaluación. La compresión del crecimiento. La violencia que no para.

En su entrevista, el presidente no aclaró algo. No explicó si entiende la magnitud del cansancio ciudadano. O si, solamente, sí entiende que no entiende.

@fvazquezrig