



**Instituto de  
Comunicación Política**

## LAS REFORMAS Y LAS ELECCIONES FEDERALES DEL 2015

19 FEB 2014  PUBLICADO POR ELÍAS AGUILAR

Interpretaciones contrapuestas son las que vemos con la entrada en vigor de las reformas que resultaron en gran parte del Pacto por México, y que se le atribuyen particularmente al presidente Peña Nieto y al PRI.

### **Elogios internacionales**

En el ámbito internacional, los cambios del marco hacendario y del sector de los energéticos han ganado elogios que van desde comentarios positivos expresados por empresarios en el Foro Económico Mundial de Davos, pasando por los veredictos positivos de las calificadoras internacionales como son Moody's y Standard and Poor's, hasta la portada del presidente en la revista Times, que lo enmarca como el salvador de México.

### **Tragedia nacional**

En el ámbito nacional, particularmente entre los ciudadanos, los elogios internacionales les producen un efecto adverso, pues los consideran una contradicción a la realidad cotidiana que enfrentan. Para los electores, las reformas sólo se están reflejando en una disminución de lo que cuentan en sus bolsillos y en la cada vez más endeble economía familiar.

Esta situación tiene un agravante adicional. La reforma fiscal –que fue aprobada para cambiar el marco de impuestos abultando la carga de los contribuyentes cautivos y con restricciones en los movimientos bancarios y las transacciones en efectivo– entró en vigor durante el primer mes del año, justamente en la cuesta enero que ahora se está convirtiendo para mucho en una cuesta de todo 2014.

Las famosas reformas han tenido un impacto en la popularidad del presidente. Consulta Mitofsky, en su encuesta de diciembre pasado, señala que los mexicanos se encuentran en una situación polarizada respecto a la forma en que se desempeña el presidente: 50% lo aprueba y 50% lo desaprueba.

De haberse mantenido esta tendencia, agudizada aún más con el incremento de precios resultado de la reforma fiscal, es muy probable que el porcentaje de mexicanos que desaprueban al presidente Peña Nieto se ubique en 56%. Eso constituye el nivel más alto de reprobación que se tenga registro en los sexenios de los últimos cuatro mandatarios mexicanos, peor que el descenso de popularidad que tuvo Ernesto Zedillo en la crisis de 1995.

### **Promesas**

La publicidad oficial se mantiene en el terreno de los beneficios y las promesas. Destacan tres mensajes: el spot televisivo que presenta a un personaje mostrando dos recibos de pago, uno de luz y otro de gas, argumentando que la reforma energética resultará en una reducción en el precio de estos servicios, que pasan de los niveles de 400 a 200, algo así como el 50% menos.

Hay otro spot en el que aparece un trabajador con un uniforme de Pemex o CFE explicando a un amigo en la sobremesa que se tendrán empleos mejora pagados producto de las inversiones resultado de la reforma energética. Y quiero mencionar el spot donde

dos trabajadores platican sobre la entrada en vigor de la reforma hacendaria; uno de ellos explica que sólo pagarán más impuestos aquellos que ganan más de 60 mil pesos al mes, rematando con el slogan “es lo justo”.

### **Implicaciones electorales**

Menudo reto representan para el presidente Peña Nieto y el PRI las elecciones federales del 2015. El elector en México muy difícilmente entiende la diferencia entre beneficios de corto, mediano y largo plazo; por lo general, piensa en lo que tiene en la cartera y lo que se tiene que pagar el día de hoy y, si es muy sofisticado, planeará los gastos hasta con un mes de anticipación.

Si este balance de impacto en las finanzas personales resulta negativo por un incremento de precios por alguna reforma en vigor, el elector necesariamente encontrará un responsable directo a esta nueva limitación económica en su vida diaria, aunque las fuentes y la publicidad oficial le auguren beneficios en el mediano y largo plazo.

No hace falta ser un genio de la comunicación electoral para saber que el gobierno federal priista tendrá que generar una reducción significativa en el precio de la luz y del gas, algo así como del 50%. Eso deberá ocurrir para hacer creíble su promesa y también tendrá que lograr que el público tenga una percepción de mayor oferta de empleos antes de que termine el 2014. De lo contrario, los elogios internacionales se convertirán en una votación en contra del PRI en las elecciones federales del 2015.

Si para el próximo año el gobierno federal no logra cumplir con las expectativas de sus mensajes, será muy fácil para los partidos de oposición generar una ola de voto en contra, usando los propios spots del gobierno federal como prueba de su incumplimiento y engaño. Ese entorno ya lo vivimos; sería muy similar al que se vivió en las elecciones federales de 1997, cuando el PRI perdió por primera vez la mayoría en el Congreso de la Unión.