

AGUAYO

Exhibida ante la crisis y su millonario gasto público, la clase política mexicana dispondrá de 3 mil 633 millones de pesos en el 2009.

La regeneración

SERGIO AGUAYO QUEZADA

Las crisis exhiben lo viejo y caduco, y abren resquicios para la regeneración. El momento es ideal para que los partidos se lancen a demoler su imagen de mezquinos y mediocres.

La ley alucina cuando asegura que los partidos son entidades de "interés público". Un indicador es el dinero público que reciben y gastan. En el 2006 votamos por Presidente, senadores y diputados, y los partidos recibieron 4 mil 171 millones del erario público, dos terceras partes de los cuales terminaron en las arcas de los dueños de la radio y la televisión. En el 2009, únicamente se votará por diputados y los partidos se llevarán 3 mil 633 millones. El ahorro de 538 millones es engañoso porque, según la nueva ley electoral, no pagarán nada por la transmisión de los spots. Por tanto, tendrán más liquidez a su disposición.

¡Ya irrumpieron!, ¡ya llegaron!, los spots de los partidos y del Instituto Federal Electoral (IFE). Con el entusiasta respaldo de los medios electrónicos vienen decididos a remoler paciencia y vesícula biliar. No son uno ni dos, sino entre 23 y 25 millones los mensajes que se transmitirán de aquí a finales de junio. Por lo visto hasta ahora, vienen cargados de frases irrelevantes, caritas sonrientes, promesas irreales, tonadas pegajosas. Pocos mensajes útiles, escasos los diseños innovadores.

Y el dinero en efectivo, ¿cómo lo gastarán? Una tajada considerable servirá para pagar burocracias y mimar dirigencias. Otra porción generosa la dedicarán a reclutar, de manera temporal, a los promotores del voto, y a pagar los mítines y las banderolas de plástico. Finalmente, una asignación generosa irá a regalos, muchos regalos, para ese México pobre acostumbrado a entre-

gar su tiempo (y bajo ciertas condiciones su voto) por estímulos materiales.

Según diversas encuestas, en las elecciones del 2000, entre el 4.7 por ciento y el 26.1 por ciento del electorado se sintió presionado o recibió algo de valor a cambio de sus votos. Antes de las presidenciales del 2006 un estudio auspiciado por la Secretaría de Desarrollo Social (Sedeso) estimaba que serían entre 2 y 4 millones los votantes pobres que recibirían ofertas de compra o coacción del voto. Después de los comicios, Alianza Cívica dio a conocer una encuesta (no representativa) según la cual el 10 por ciento de los entrevistados aseguró que los programas sociales habían sido utilizados para comprar o coaccionar el voto.

El corporativismo mantiene su energía y vivacidad; sobrevivió al colapso del presidencialismo porque se resquebrajó en miles de organizaciones controladas por líderes y lideresas que llevan algo de esperanza al pobrerío. La alternancia no construyó ciudadanía, fortaleció al país de pedigüenos. Sólo falta el o la académic@

que elabore una antropología de la dádiva electoral para complementar a los clásicos de la cultura de la pobreza.

De cuando en cuando me pregunto, ¿para qué sirve escribir críticamente?

Hacerlo en el viejo régimen tenía un sabor de riesgo y aventura; era imposible anticipar la reacción de políticos con ego sensible y mano pesada. Ya en la alternancia, se requiere paciencia y resignación; a los políticos se les endureció tanto la piel que ante los señalamientos, aun los mejor fundados, reaccionan con diversas modalidades del silencio y/o el cinismo.

A veces les da por organizar foros de oropel que en un santiamén desaparecen de la memoria. Son también maestros en hacerse los disimulados cuando surgen opiniones incómodas; como Manlio Fabio Beltrones quien, según *Reporte Índigo*, ni aplaudió ni se paró cuando Denise Dresser finalizó con su "yo acuso" en el foro: México



Fecha 04.02.2009	Sección Primera - Opinión	Página 13
----------------------------	-------------------------------------	---------------------

ante la crisis. Estarían, finalmente, los que se burlan de todos y todas, como Vicente Fox, quien, para hacer campaña por sus candidatos, dice haber encargado Los Pinos durante seis años.

Lo dramático es que no tenemos a quién llevar nuestras quejas. Los partidos que dicen representarnos están atrapados en la telaraña de intereses creados. La situación se está deteriorando tanto que, a lo mejor, uno o varios partidos recuperan la sensatez y la sensibilidad e inician una regeneración y se acercan a la sociedad. Tendrían formas para hacerlo.

En su programa de Radio UNAM, Miguel Ángel Granados Chapa recomendó a los partidos devolver al fisco una porción de sus recursos. Ojalá y lo hicieran, pero ¿y si se agachan y se van de lado mientras murmuran que eso sería darle ventaja a los otros? Pues entonces podrían, por ejemplo, seguir adelante pero insistiendo, cuando entreguen los regalos, en que éstos no están condicionados ni modifican la secrecía del voto. También podrían, como regla, dar obsequios útiles: juguetes educativos, libros, instructivos para hacer huertas familiares, etcétera.

Rescato de *El País* de España del 31 de enero una noticia que viene al caso. Como reacción a la crisis, el gobierno de Zapatero redujo, para el 2009, un 19 por ciento de su presupuesto para publicidad institucional. No sólo eso, sino que un 70 por ciento de las campañas de comunicación las dedicarán a la promoción de hábitos saludables, seguridad de las personas y promoción de los derechos ciudadanos.

Esos ejemplos ibéricos ¡no pasarán en nuestro país! La austeridad del gobier-

no del Distrito Federal es la excepción; el Ejecutivo federal logró un aumento del 112 por ciento de 2008 al 2009 –de 985 a 2 mil 83 millones– en la partida 3,700 (Servicios de Comunicación y Publicidad). Con ese dinero, Los Pinos entregará un lindo caudal de alabanzas por lo hecho por ellos mismos.

Los partidos tienen una oportunidad dorada para marcar la raya. Habría un terremoto político si alguno de ellos dedica el 50 por ciento de sus mensajes a asuntos de interés general. Aunque me tachen de ingenuo seguiré argumentando, ante los partidos y los gobernantes, lo indispensable de combatir la degradación política.

Entretanto, observemos con impotencia cómo los partidos y las instituciones se doblegan, una vez más, ante las televisoras...

♦ LA MISCELÁNEA

Siguiendo con los poderes fácticos, la oficina del doctor Carlos Salinas de Gortari respondió a mi columna del miércoles 28 de enero ("El mañoso") con una carta que publicó *Reforma* el 3 de febrero y que puede consultarse en la página (www.sergioaguayo.org). Es un texto mañoso y ponzoñoso que, por abordar temas de interés general, requiere de un tratamiento más amplio. Merecerá en otra oportunidad una réplica más amplia.

*Nota. Colaboraron para este texto
Alberto Serdán Rosales y Pilar Tavera Gómez.*

Correo electrónico: saguayo@colmex.mx