A un paso de la alternancia

Eduardo Sojo Garza Aldape *

Acaba de concluir la segunda evaluación pública de las campañas electorales. Las encuestas ofrecen conclusiones muy claras: tendencia creciente en la intención de voto hacia el candidato de la Alianza por el Cambio, tendencia decreciente para el candidato del PRI y ningún movimiento significativo en la candidatura de la Alianza por México. La media, la moda y la mediana, para utilizar los estadísticos más comunes, dan un empate entre Vicente Fox y el candidato Labastida.

Más allá del empate actual es conveniente subrayar lo que analistas políticos de diversas corrientes han afirmado: hoy, el escenario más probable es el triunfo de la Alianza por el Cambio. Si analizamos la tendencia del voto, tomando los resultados de los últimos 30 años, llegaremos a la conclusión de que existen muchas posibilidades de que el imperio del PRI llegue a su fin. Si analizamos la estacionalidad del voto priista, cuyo punto más alto es la selección del candidato, llegaremos a la misma conclusión. Si analizamos la evolución de las campañas confirmaremos que lo normal es que el 2 de julio pierda el PRI.

Cansados de tantos errores, tanta corrupción y tanta impunidad, los mexicanos estamos encontrando una causa común: la alternancia en el poder que permita a todos los mexicanos alcanzar un mejor nivel de vida.

El diagnóstico es muy claro, hay un gobierno enfermo y cansado. La película ya es vieja. Cada seis años repiten los mismos discursos y hacen las mismas promesas. Cada seis años utilizan los instrumentos de política económica y social con fines electorales. Desde la emisión irresponsable de Tesobonos hasta el regalo de despensas. En esencia, cada seis años todo el poder del aparato se vuelca a la campaña electoral y después se nos pasa la factura a los ciudadanos. Una factura cada vez más costosa.

La camarilla en el poder asegura su permanencia hipotecando el futuro de todos los mexicanos. Hacen todo lo necesario para aferrarse a Los Pinos, sin reparar en el costo. Así ha sido durante las últimas elecciones. La factura más reciente, la de la elección de Zedillo, costó cien mil millones de dólares. Eso significa Fobaproa y su origen fue la elección presidencial del 94. En el colmo del cinismo, ahora vienen a difamar a las víctimas de su mala conducción de la política económica.

No habría nada de malo en querer conservar el poder si se hiciera legalmente. De hecho, la permanencia en el gobierno es una condición normal en las democracias; sin embargo, la permanencia en el poder a cualquier precio se traduce en corrupción, ineptitud, negligencia y en la famosa "reglita de oro" donde impunemente se cuidan las espaldas los ex presidentes.

Tiene razón el experto en política mundial Philippe Schmitter, al haber afirmado recientemente que en México es indispensable la alternancia. Tiene razón la Conferencia del Episcopado Mexicano cuando señala en su carta pastoral que una plena cultura de la democracia supone la posibilidad real de la alternancia en el poder.

La alternancia constituye el estímulo al buen gobierno; gracias a la alternancia las administraciones emanadas de cualquier partido se sienten comprometidas con un buen desempeño público, con la satisfacción de las demandas ciudadanas y con las metas nacionales.

Sin alternancia, los gobiernos no se sienten obligados a ganarse el voto con resultados contantes y sonantes. Sólo la alternancia estimula al gobierno a rendir buenas cuentas. La alternancia representa aire fresco y sangre nueva. Representa el estímulo vital para realizar el mejor esfuerzo, para presentar iniciativas innovadoras, para obtener resultados y para rendir buenas cuentas. Su ausencia representa esclerosis política y envejecimiento; falta de innovación y de energía.

Eso es lo que está en juego en la elección del 2 de julio: un plebiscito para decidir entre la alternancia o más de lo mismo; entre la parálisis o el cambio; un plebiscito entre los mismos de siempre o un gobierno honesto y profesional que siente las bases para cambiar el destino de la nación, hacia un México libre y democrático; seguro y libre de narcotráfico; educado y con valores. Un México con conciencia ambiental y empleos bien remunerados; competitivo y con visión global.

No nos engañemos, para lograr el México que todos queremos, la vieja oferta del partido en el poder no nos sirve; el desempleo, la corrupción y la impunidad no podrán combatirse por las mismas personas que los han tolerado y por los mismos métodos que los han propiciado.

Ya es tiempo de vivir la alternancia en México; cambiar el sistema enfermo y esclerótico, por un gobierno moderno y de calidad que ponga el país al día y nos prepare para aprovechar las oportunidades del siglo XXI.

Estamos a un paso de la alternancia, las encuestas lo reflejan cada vez con mayor fuerza. Vendrá la reacción del sistema desacreditando las encuestas. Es lo normal, sólo que esta vez no podrán contra la voluntad de cambio de la mayoría de los mexicanos.

Ilustración: Luis Miguel M. Campero

* *Economista e integrante del equipo de campaña de Vicente Fox*

El joven Espinosa tuvo, como muchos jóvenes, una crisis vocacional. Estuvo a punto de entrar al área bancaria o industrial, entusiasmado por el dinero que ahí podía ganar; finalmente rechazó esa vida de lujos y optó por el servicio público porque, dijo, él quería en verdad ganar bien.

Óscar Espinosa contribuyó como nadie a la unificación de su partido cuando fue secretario de Finanzas del PRI; de hecho, propuso sumar un cuarto sector a su partido, formado por los rateros de cuello blanco.

Ya como regente de la ciudad de México, en sus ratos libres entre que cobraba un aguinaldo y otro, el gran Óscar practicaba una de sus aficiones que, como el gran hombre de cultura que es, ha desarrollado con más vehemencia: el teatro. Es memorable su actuación en la magistral obra: *Los fantasmas de la Buenos Aires*, adaptación del drama inglés *Jaguar you*?

Finalmente, el balance de su gestión en todas las dependencias públicas es muy equilibrado, sobre todo porque él lo ha equilibrado con dos enormes motivos bien azules que le cuelgan a cada lado.

por **Helguera, Hernández y Jans**

Trascendió

1.-Que nada bien cayó en la familia Salinas de Gortari el placeo de **Ricardo Salinas Pliego** del jueves pasado, con todo y foto al lado del presidente Zedillo cortando el listón que simbolizaba el arranque de las operaciones comerciales de Unefón.

2.-Que el motivo de la molestia de los **Salinas de Gortari** es, básicamente, uno: Ricardo Salinas no le paga aún a Raúl Salinas los millones de dólares que *el hermano incómodo* le prestó hace casi siete años para comprar Imevisión, hoy Televisión Azteca.

3.- Que, hablando de Raúl Salinas de Gortari, es ahora sí un hecho que el abogado **Eduardo Luengo Creel** dejó de formar parte del equipo de defensores. De aquel equipo original sólo queda Raúl Cárdenas.

4.- Que la crisis de la **UNAM** también pasará factura en las oficinas del gobierno federal. Se dice insistentemente que apenas amainen las cosas habrá remociones, especialmente en áreas de comunicación social.

5.- Que en el equipo de campaña de Francisco Labastida se ve con preocupación el éxito de **Diódoro Carrasco** y Jesús Murillo Karam en el desenlace de la huelga de la UNAM.

6.- Que, por lo mismo, la batalla por el despacho de **Bucareli** del próximo gobierno ha comenzado. Será durísima.

7.- Que, ni modo, **Labastida** tendrá que escuchar cientos, miles de veces la pregunta: "Usted dijo que las armas... que el EPR... que la guerrilla en la Universidad, ¿qué opina ahora?"

8.- Que las encuestas de finales de febrero les van a quitar el sueño a los **labastidistas**.

9.- Que en una de las dos grandes **televisoras mexicanas** comenzó una profunda autocrítica por la cobertura que hizo del conflicto universitario durante las últimas semanas. El miércoles, por ejemplo, abrió uno de sus noticieros con la siguiente nota: "Enorme manifestación de paristas, padres de familia y de organizaciones sociales en la Ciudad de México para exigir, entre otras cosas, la libertad de los miembros del CGH".

10.- Que en pleno febrero, mes de jaloneos y acusaciones por causa de la famosa certificación, las autoridades policiacas estadunidenses están molestas con la **PGR** mexicana, y que así lo harán saber: ven más corrupción que ineficiencia.

11.- Que, por ejemplo, está el caso de uno de los mexicanos prófugos de la **Operación Casablanca**. A pesar de que en Estados Unidos existe una orden de aprehensión en su contra, este prófugo desayuna plácida y frecuentemente en un restaurante ubicado en Altavista, en el sur de la Ciudad de México.

Canderel, Clight y el mercadeo electoral de Fox

Quizá a muchos no gusten, pero las técnicas de mercadotecnia política de Vicente Fox le dan, por lo menos, una ventaja inicial: su imagen entra a millones de domicilios, sin mayor obstáculo, acompañada de muestras comerciales de productos de consumo.

Por ejemplo, al lugar de residencia de los habitantes de la zona metropolitana está llegando un paquete con dos pequeños sobres de Canderel, con su nuevo sabor, y un cuadro comparativo del contenido de fenilalanina de Canderel y de productos como una hamburguesa, un filete de pescado y una taza de arroz blanco. Incluye, también, un sobre de 11 gramos de Clight, en polvo, sin calorías, para preparar un litro de bebida refrescante sabor kiwi exótico.

El paquete contiene, además, un tríptico promocional de Amigos de Vicente Fox, con un formato de afiliación, instrucciones para crear redes de Amigos de Fox, con un mínimo de 70 integrantes, así como los cinco puntos con los cuales la organización Amigos de Fox está comprometida: 1) El desarrollo económico con rostro humano. 2) Lograr el pleno desarrollo de las capacidades humanas. 3) Vivir en paz con seguridad y justicia. 4) Poder compartido y gobierno eficaz, y 5) contar con mayores recursos para el desarrollo.

Amigos de Fox contrató los servicios de Sobretodo, una empresa dedicada a la mercadotecnica desde hace dos años, y que ofrece sus servicios sólo en el área metropolitana. Los costos no son muy altos. Cualquier candidato que desee hacerlo debe entregar su propaganda y por un costo que va de 15 a 20 centavos por pieza, su material propagandístico será entregado una vez al mes. En caso de que se solicite un servicio de más de un millón de piezas, el costo puede disminuir.

Para los aspirantes a diputaciones locales o a las delegaciones del DF, se les puede ofrecer el servicio de segmentación, ya sea por colonias, delegaciones, etcétera.