Escala Crítica/Columna diaria

*Pierden autenticidad las campañas; cumplir horarios y rutas *Los riesgos: más burocracia, menos democracia, alertan *La decisión de Margarita Zavala; los costos para el erario

Víctor M. Sámano Labastida

LOS ABUSOS por lo general tienen como respuesta una reacción extrema. Así por ejemplo ante el derroche de las pasadas campañas electorales, ahora los candidatos se quejan de que les pusieron una camisa de fuerza tal que les impiden un verdadero contacto con la población. Aunque veamos que cientos de aspirantes van saludando de mano y abrazos en realidad no necesariamente hay una tarea de convencimiento o cercanía.

Contaban, por ejemplo, que los candidatos tienen que enviar a las autoridades electorales sus agendas de actividades de los siguientes siete días con una semana de anticipación y deben sujetarse a las rutas marcadas. Sucede el caso de aspirantes que calculan mal las horas de sus recorridos y si les quedan algunas horas no pueden realizar otra actividad pública o cubrir otra zona porque so sancionados. Claro, me cuenta un promotor del voto, no todos los candidatos traen marcaje personal.

Otra aspirante a una alcaldía contaba que al visitar una comunidad que se ubicaba al costado derecho de la carretera, no pudo responder a la invitación de quienes viven en el costado izquierdo…porque incurriría en violación a la ruta oficialmente reportada. Las campañas tienen que ser algo más que un ejercicio burocrático.

Una medida sin duda positiva es el mandato para que toda la propaganda electoral (volantes, espectaculares, imágenes o cualquier impresión), sea elaborada con materiales reciclables, no tóxicas para personas y para el medio ambiente. Los propios candidatos deben proponer un plan de reciclaje de todo el material que usen. Algunos partidos aplicado el reciclaje pero en los candidatos.

También fueron prohibidos los “artículos promocionales” en plástico y sólo puede usarse material textil; también se declara ilegal el reparto de despensas, así como cualquier material con propaganda que prometa o entregue cualquier beneficio en cualquier plazo, en especie o efectivo. Claro que no falta quien, mediante una interpretación forzada de la ley –o confiado en que el INE no tiene tantos ojos-, sigue regalando productos incluso procedentes de los almacenes oficiales.

Otra medida anunciada por el Instituto Nacional Electoral (INE) es el marcaje personal a los

candidatos con los servicios que contraten, al mismo tiempo que en los actos públicos habrá inspectores para verificar los posibles gastos. La unidad de Fiscalización del INE en las oficinas decide quién acudirá y a qué eventos para la supervisión.

Sólo vigilan a la oposición, se quejan algunos partidos.

BAJARSE CUESTA CARO

LA RENUNCIA de Margarita Zavala a la candidatura presidencial por la vía independiente no es cosa de tomarse a juego. En la revisión a las leyes electorales deberá atenderse algún capítulo sobre los derechos y obligaciones de los aspirantes. Sobre todo las obligaciones, porque el hecho de que un ciudadano esté en las precampañas, en las campañas y en las boletas, tiene un costo económico para todos los mexicanos.

Es cierto que la señora Zavala rechazó el financiamiento público al inscribirse como candidata, pero también resulta innegable que su participación en todo el proceso –hasta que se "bajó", según sus palabras-, implicó que se le destinaran recursos financieros y en costo-tiempo. ¿Quién los pagará?

Sin duda que también aquellos que con buena voluntad –o motivado interés- aportaron dinero y esfuerzo a la fallida campaña hace que la tan mencionada renuncia no pueda quedarse como una "decisión personal".

Interesante resulta el reporte del diario El Financiero sobre lo recaudado y7 lo gastado por Margarita Zavala hasta el momento de su retiro. Leemos: "De acuerdo con la plataforma de fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE), la esposa del expresidente Felipe Calderón reportó un total de ingresos por 12 millones 377 mil 439 pesos, de los cuales recibió de simpatizantes 11 millones 530 mil 311 pesos, más un monto de 846 mil 858 pesos de autofinanciamiento".

Añade: "Los principales aportadores a la campaña de Zavala son: el arquitecto Eduardo Jesús Barragán, quien dio 2 millones 100 mil pesos, y los empresarios Alberto Bailleres González y Alejandro Bailleres Gual, cada uno con una donación de un millón 680 mil pesos.(…) Felipe Calderón Hinojosa también donó a la campaña de su esposa la cifra de 430 mil pesos".

Bailleres González, importante hombre de negocios que encabeza Grupo Bal, con participación en el comercio, minería, metalurgia, seguros y finanzas; Bailleres Gual es hijo del magnate.

Se sabe que también aportaron a esta etapa de la campaña de la señora Zavala poco más de un millón de pesos casa uno Juan Bornes Aznar y Ana Yáñez Valles.

¿SEGUIRÁ RODRÍGUEZ?

DE ACUERDO a la sentencia del Tribunal Electoral (federal) existe un tope de aportaciones privadas a las candidaturas independiente a la Presidencia por 422 millones de pesos; un “simpatizante” sólo puede aportar hasta 2 millones 100 mil de pesos, mientras que el propio candidato puede invertir de sus propios recursos hasta 42 millones.

No hay que perder de vista, por otra parte, la posibilidad de que una resolución del Trife decida finalmente sancionar a Jaime Rodríguez (El Bronco) por presuntos actos ilícitos en la recolección de firmas, así como en el financiamiento, con denuncias presentadas por el INE. El ex gobernador de Nuevo León respondió con una contrademanda al instituto electoral y se quejó de daño a su imagen. Los expedientes siguen abiertos. (vmsamano@hotmail.com)