



## Pagando por imagen.

Política Nacional, 26/04/2011

Hace algunos años, la imagen del gobernante en turno era auspiciada por nosotros mismos, pero con la publicidad más eficaz hasta nuestros días, es decir de boca en boca. Éramos nosotros los encargados de ponerle buena cara o rostro de tirano al representante popular. Y éramos testigos de cómo las cosas eran poco menos que favorables para los mexicanos. Y a la hora de juzgar el desempeño político de un gobernante, éramos el fiel de la balanza que determinaba si hacía bien o no las cosas, es decir: si estaba trabajando o simplemente hacía como que trabajaba.

Sin embargo, hace tiempo que los gobiernos se han empeñado en destinar parte del erario a los departamentos de "imagen institucional", que, coincidiendo con los gobiernos emanados del sector empresarial de nuestra sociedad, viene siendo algo así como "relaciones públicas".

Así es, hace unos ayeres que los gobernantes en turno han sido producto de la mercadotecnia que los astutos empresarios han logrado colocar dentro de los presupuestos públicos.

Y me refiero a los empresarios como actividad comercial, lucrativa, lo cuál es evidentemente necesario para el desarrollo social, más no así de indispensable en el ejercicio de la administración pública. Sin embargo parece que el lema de "gobierno como gerente de mis empresas" se apoderó de nuestros políticos. Hoy es casi imposible pensar que en cualquier ámbito de gobierno (federal, local y municipal) se carezca de un área o departamento que cuide la imagen del representante popular.

No significa que deba desatenderse la imagen personal de un político. Significa que deberíamos exigir que en el erario se dilapidara menos en decirnos que "estamos bien".

Porque, tanta publicidad donde nos quieren convencer de que "todo va mucho mejor" es verdaderamente insultante, cuando las cosas están bien, se sienten, se viven, se disfrutan, y se reconocen aún sin la presencia de espectaculares que saturan nuestra vista.

El recurso que se ejerce para publicitar las obras del gobierno, los avances, los logros y las metas cumplidas son sin duda una gran lápida en nuestro cada vez más deplorable poder adquisitivo que hemos conquistado cada día. Y cuando hablo de gobernantes, lo hago en sentido general, porque no hay representante popular que escape al seductor poder de la mercadotecnia. Vaya que Guanajuato ha sido ejemplo a nivel nacional de cómo el gobernador erogó una fuerte suma para un "cambio de imagen", sin contar el dinero que se "fuga" a través de los medios de comunicación, quiénes a través de convenios publicitarios, enuncian las cosas buenas del gobierno, los avances, las metas, en fin, nos recuerdan que: estamos cada día mejor.

Cada día nos acostumbramos más, es muy común que los espacios de publicidad sean ocupados por los gobiernos de nuestro país. No creo que sea indispensable tanta publicidad, finalmente, insisto: si estamos bien, y nos sentimos satisfechos, eso será visible y reconocido.

Yo sabré que hay becas cuando conozca a alguien que me comente que su hijo, su sobrino, su vecino, o el primo de su amigo recibió una beca. No cuando un anuncio publicitario me quiera convencer.

Sé que es complicado, y que cada día hay toda una industria de mercadotecnia inmersa en la política, pero, aún apuesto por los resultados y no por las fotografías.

¿Hay alguien más que crea que es necesario que le digan que está muy bien, antes de saberlo por sí mismo?