



## Los dineros en las campañas políticas

Política Nacional, 15/05/2013

### **Confesiones.**

En Quintana Roo, estamos ya inmersos en el proceso de las campañas políticas para elegir diez presidencias municipales y quince escaños al Congreso del Estado, aparte de la competencia de posturas y candidatos, el tema que hoy mas sobresale es el del dinero en las campañas.

Lo es porque independientemente de la popularidad o ausencia de esta, tanto de los partidos políticos como de forma individual de los candidatos, lo que mueve las campañas, no es la efervescencia ciudadana sino los recursos económicos que se consignan para ellas.

El destino del dinero en estos casos, se prorratea en diversos aspectos que van desde la publicidad, pasando por la organización de eventos, la entrega de apoyos directos, como de productos utilitarios, hasta claro la parte más importante, la que se usa para el día de la elección.

La parte mediática ha cobrado una gran importancia en las últimas décadas, el marketing teóricamente permite llegar hasta sectores de la población a los cuales por falta de tiempo y tamaño de la población, no es factible acceder.

También porque bajo esta estrategia se pretende vender a los candidatos más allá de sus características y virtudes, como productos, lo cual desde nuestra perspectiva es bastante cuestionable.

Bien se dice que los comicios se ganan el día de la elección y en las urnas, pero más allá de la lógica que la frase infiere, la esencia de la misma se refiere a la capacidad de los partidos políticos, para llevar a sus simpatizantes a votar.

Es en esa parte donde se marcan las diferencias, que mas allá de los planteamientos ideológicos o propuestas de gobierno, tienen que ver más con una habilidad estructural y logística, de promoción del voto.

Estamos hablando de la construcción de redes para identificar los votos propios y los contrarios, para asegurar a los que son parte del activo e influenciar en los que no lo son.

Esto requiere de un mayúsculo esfuerzo de promoción, que requiere de una gran movilidad y por ende cuesta mucho dinero, que debe repartirse entre los promotores tanto como en los posibles votantes.

En esta parte también es importante señalar, el apartado que corresponde a la suprema importancia que significa contar con representantes de partido para vigilar las urnas, lo cual también sugiere un enorme esfuerzo de organización.

En cualquier caso estamos hablando de un millonario desembolso de recursos, que provienen fundamentalmente de tres

fuentes, el financiamiento oficial que reciben los partidos, los apoyos que otorgan particulares y por supuesto, los recursos que los gobiernos destinan para apoyar a sus partidos.

El financiamiento oficial es muy similar para cada fuerza política, por lo tanto en ese aspecto no habría mayor diferencia, la hay en las otras dos fuentes, considerando que los apoyos entregados por particulares, no son en ningún caso una garantía.

Primero porque eso depende de las circunstancias económicas del momento, de la importancia del cargo y la región por la que se compete, lo que en esta situación nos remite exclusivamente a las presidencias municipales de Cancún y Solidaridad.

De tal suerte que es el dinero que proviene de cada gobierno, el que sustenta el presupuesto para la campaña, bajo esta consideración hay que tomar en cuenta la propia situación económica de cada uno de ellos.

Bajo esta lógica, el gobierno perredista de Cancún es responsable de apoyar a su candidata a la alcaldía Graciela Saldaña, mientras que el gobierno estatal priista, hará lo propio con su abanderado Paul Carrillo.

Sin embargo eso por descontado es disyuntiva, aun partiendo de la base de que ambos gobiernos en sus respectivas medidas afrontan problemas de liquidez, van a priorizar la atención a sus candidatos, sobre todo en Cancún, porque ahí se dirime no solo la alcaldía sino la mayor cantidad de distritos.

Esto sin duda va a representar un contraste, porque mientras existe una percepción colectiva de recesión del gasto público, el gasto en campaña puede representar la sensación de derroche.

He ahí una complejidad mayor, la de poder desarrollar una campaña política eficiente al mismo tiempo que austera, no por falta de dinero, sino simple y llanamente para no generar sentimientos encontrados con la población.

Seguramente en los demás municipios, excluyendo por supuesto a Cancún y Solidaridad, que tienen condiciones muy particulares, las campañas serán austeras por obligación, incluso los candidatos tendrán que realizar un esfuerzo inédito por su cuenta, para conseguir mayores recursos.

Ya lo decíamos, porque la prioridad es concentrarlos en Cancún, porque los gobiernos municipales están en crisis financiera, pero sobre todo porque no se puede ofender a la sociedad con el derroche.

Adicionalmente hay que apuntar que el reciente escándalo que se suscitó en Veracruz, por el manejo indebido de programas sociales con fines electorales, obliga a contraer el efecto de los mismos, al menos abiertamente.

Esta perspectiva permite pensar que el plano sobre el cual tendrían que llevarse a cabo las campañas, debería de transitar por la austeridad privilegiando el contacto directo y personal, por encima del abuso publicitario.

En el entendido de que un exceso en el gasto se puede volver un arma de dos filos, independientemente de las acusaciones por rebasar los topes de campaña, que materialmente nunca se consignan, esta la sensación popular.

Este aspecto se convierte de suyo en un argumento adicional de la oferta política, que será sin duda alguna un importante elemento de juicio, que además aplica más o menos en la misma medida para cada candidato, sin distinción del partido político al que pertenezca.

Lo que nos permite establecer en una primera conclusión, apenas a unas horas de que hayan empezado formalmente las campañas, que los dineros de y para las campañas políticas, ahora no solo trascienden en el efecto promocional y logístico.

Los montos de los recursos y la forma en que se ejecuten, serán también un argumento de juicio para el sufragio, de ahí que la

disyuntiva sea operar en la prudencia, ya lo comentábamos no por falta de dinero, sino simplemente por congruencia.

[guilermovazquez991@msn.com](mailto:guilermovazquez991@msn.com)

twitter@vazquezhandall