



Punto Norte
ANTONIO MAGAÑA*

El Plan

Enrique Peña Nieto presentó el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

Un plan que tiene como objetivo general “llevar a México a su máximo potencial”.

Un plan que tiene como metas nacionales tener un “México en paz”, un “México incluyente”, un “México de educación de calidad”, un “México próspero” y un “México con responsabilidad global”.

Un plan con tres estrategias transversales: “Democratizar la producción”, “Gobierno cercano y moderno” y “Perspectiva de género”.

Un plan en donde todos tengan acceso a los derechos que otorga la Constitución de 1917, en donde los derechos de los mexicanos pasen del papel a la práctica.

Un plan federalista, que impulsará la fortaleza de las regiones, estados y municipios.

Que le exige al gobierno cumplir la Ley con “legalidad, objetividad, eficacia, eficiencia, profesionalismo, honradez y respeto a los derechos humanos”.

Que detone “el crecimiento sostenido de la productividad, en un clima de estabilidad económica...”, en donde haya igualdad de oportunidades para todos.

Un plan que pretende eliminar los obstáculos productivos que limitan el potencial de los ciudadanos.

Que quiere un México digital en donde se protejan los datos personales, en donde se desarrollen y fomenten las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Un plan que pretende convertir a México en una nación al servicio de las mejores causas de la humanidad...

Un plan que se auto-define como realista y viable...

Tal y como lo señala el Artículo 26 de la Constitución, Enrique Peña Nieto presentó su Plan Nacional de Desarrollo, mediante el cual se pretende “imprimirle solidez, dinamismo,

permanencia y equidad al crecimiento de la economía, para la independencia y la democratización política, social y cultural de la Nación”.

Hace 30 años, Miguel de la Madrid también presentó su Plan.

Un libro de 432 páginas llenas de buenas intenciones. Al abrirlo al azar, en la página 113 se lee: “Acrecentar el potencial de los recursos humanos...Integrar la ciencia y la tecnología en las tareas del desarrollo nacional...”.

Si lo volvemos a abrir al azar, en la página 248 se lee: “Impulsar la protección social de los menores y ancianos en estado total o parcial de abandono, de los menores en edad escolar, de los minusválidos y de la familia en general”.

El Plan de Miguel de la Madrid estaba lleno de mil y una buenas intenciones, que nunca se hicieron realidad.

Fue un gran plan, con pequeñas, con magras, con insignificantes realizaciones para la diezmada economía nacional y la empobrecida clase trabajadora.

El Plan de Desarrollo 2013-2018 es un plan muy bonito, un plan tan lindo como la frase de Peña Nieto que lo sintetiza: “Queremos un México... en donde cada quien pueda escribir su propia historia de éxito y que sea feliz...”.

Dicen los peñistas, como Miguel de la Madrid dijo en su momento, que este plan “es realista y viable”... Ojalá así sea... ojalá que se rompa ese paradigma constitucional de que el Presidente está obligado a elaborar un Plan, pero no a cumplirlo”.

Refilón: Ponga la basura en su lugar...

La esquirol inocente: Alicia Martínez le está regalando votos a Jaime Díaz.

Ruanova: Ahora acusa a “Kiko” Vega de tener su residencia en Chula Vista.

*El autor es columnista y periodista local, comentarista de televisión.



Primera plana
ÓSCAR GENEL*

El ex presidente Felipe Calderón se pasa de la raya; de esa raya que nadie ha pintado, pero que les sugiere a los que fueron que su tiempo político ha terminado, que estén quietos, que dejen hacer al que los sustituye o, como está escrito en la historia, se atengan a las consecuencias, Lázaro Cárdenas se cansó de la intromisión de don Plutarco y lo sacó del país junto a sus personeros, aquí puede darse el caso al revés: que vayan por don Felipe a Harvard, lo traigan, lo consignen ante autoridades judiciales por lo que haya hecho, para que se ponga en paz.

Todos los partidos políticos en México son un enorme negocio y el PAN no es la excepción, y es por eso que don Felipe no quiere soltarlo, lo quiere seguir manipulando a la distancia por medio de los agradecidos ex funcionarios de

su gobierno que ahora, ricos y enfermos de soberbia, son senadores de la República, 24 de los 38 con los que cuenta el partido mencionado. Madero retiró del mando de la bancada a Cordero, puso al colimense Jorge Luis Preciado al frente de los 14 leales y, acaso sin proponérselo, formó una nueva fracción en la cámara alta, que hará más difíciles los acuerdos si consideramos la intención malévola del licenciado Calderón Hinojosa.

El negocio de la política no lo desperdicia nadie, ni siquiera los que ya deberían estar hartos de poder y de riqueza, como es el caso de los ex presidentes mexicanos que siguen queriendo mandar y decidir en las cosas del gobierno; ejemplos claros son Salinas, Fox y ahora Calderón que como títeres maneja a 24 senadores para que actúen a su conveniencia. Se pasa de la raya,

atenta en contra del país que gobernó y agravia a una sociedad que durante seis años aguantó sus ocurrencias y desvaríos, como aplaudió los escasos beneficios que brotaron de su ejercicio gubernamental.

Los partidos políticos le cuestan al pueblo de México no tener una educación de excelencia, mantener una justicia selectiva, sufrir por la falta de trabajo bien pagado, padecer de hambre y morir por falta de salubridad oportuna; el dinero que cuesta la política de simulación es tanto que ni los ex presidentes dudan para seguir ensuciándose las manos en su caudal asqueroso. Con valentía y voluntad, el nuevo gobierno puede poner orden, para orientar el desarrollo y alcanzar el progreso nacional.

*El autor es periodista de radio y televisión



Mar de fondo
BENEDICTO RUIZ*

Un mes de campañas light

No obstante que las campañas electorales en el estado iniciaron con una agenda muy intensa por parte de las dos alianzas políticas, y así han continuado a lo largo de todo este mes, la verdad es que no han logrado incidir en el ánimo de la población y de los electores efectivos. Es como si las campañas no bajaran todavía o no correspondieran con las elevadas expectativas que se crearon alrededor de estos comicios.

Hay varios factores que pueden explicar que una campaña electoral no despierte el interés en una competencia política por parte del grueso de la población. Desde la ya clásica apatía de la gran mayoría de los electores hacia los asuntos políticos, especialmente donde estén involucrados partidos y candidatos, hasta la nueva legislación que prohíbe las campañas denigratorias y la intervención de terceros actores en la difusión de propaganda política a través de los medios masivos de comunicación.

Estas restricciones han cambiado el tono y la dinámica de las campañas, y también su incidencia entre los posibles votantes, una situación a la que se agrega un hecho contundente que se ha podido observar en varios procesos electorales: En general, el elector promedio, el que no pertenece a ningún partido político o sus simpatías no son firmes hacia alguno de ellos, espera hasta el final de la campaña para definir la orientación de su voto. Es decir, es hasta ya muy cerca del día de la votación que una gran parte de los electores empiezan a interesarse por los

partidos y sus candidatos. Esto para no hablar de los que, suceda lo que suceda, tienen muy claro que no irán a votar.

Sin embargo, sin dejar de lado el peso que tienen estos factores, en el caso particular de esta campaña hay otros elementos que están influyendo en la sensación de que no pasa nada, o de que tenemos campañas light y sin repercusiones entre los votantes potenciales.

Mi hipótesis es que esta situación se debe a la estrategia misma que han adoptado las dos alianzas electorales, o mejor dicho, a la estrategia del PAN y del PRI. Con excepción de lo que se ha proyectado en las redes sociales, cuyo alcance no es tan amplio como suele creerse, los dos partidos han adoptado una estrategia electoral que no pasa por la confrontación política, como ha sido la característica de otros comicios donde ha estado en juego el gobierno estatal.

Es como si cada partido o alianza electoral estuviera haciendo su campaña al margen del otro, concentrado exclusivamente en su labor proselitista y en la conquista intensiva de votantes potenciales, pero sin aludir a su adversario en términos negativos.

Esta falta de confrontación entre los partidos contendientes puede generar, quizás, un “ambiente positivo” desde el punto de vista político, como quieren algunos grupos sociales, pero de manera paralela también produce una sensación de que no hay nada en disputa, o de que es una elección sin competencia entre dos fuertes rivales. Y donde no hay competencia o algo interesante en disputa, no habrá forma de interesar al grueso del electorado. Simplemente el elector promedio no voltará nunca a ver la campaña.

Ahora bien, ¿por qué los partidos decidieron no confrontarse? Porque ambos adoptaron la premisa de que la confrontación aleja a los votantes, o como se ha puesto de moda últimamente, la pelea

entre los partidos o candidatos aumenta los negativos de los mismos y contribuye a restar adeptos. Pero sobre todo porque ninguno de los partidos quiere cometer al más mínimo error, arriesgar algo que pueda revertirse, suponiendo que es ahí donde se decidirá quién gana y quién pierde esta elección.

Hay varios ejemplos que ilustran lo anterior. En el PAN adoptaron la estrategia de no exponer a su candidato a gobernador a ninguno de los debates que no esté organizado oficialmente, porque saben que en ese terreno perdería. Suponen que si lo protegen de ese riesgo y lo someten de manera intensa al contacto con la gente, especialmente de los sectores populares, tendrá más oportunidades de ganar. La idea puede ser exitosa, pero por lo pronto es una estrategia que excluye el debate y la confrontación y con ello, paradójicamente, apaga el ambiente electoral.

En el caso del PRI también ha rehuido la confrontación política. Su campaña a la gubernatura no parece la de un partido de oposición, sino por el contrario, parece la de un partido en el gobierno, con propuestas de amplio calado y sin ninguna referencia al partido que ha gobernado el estado durante los últimos 24 años. A diferencia de otras campañas en las que el PRI criticaba duramente al partido en el gobierno, esta vez este partido hace una campaña sin aludir a su adversario, siguiendo un modelo que resultó exitoso en la pasada campaña presidencial.

No sabremos hasta el final cuál de estas estrategias dará resultados, pero lo cierto es que una campaña contenida, sin confrontación y sin debates políticos, también apaga el entusiasmo y el interés de un elector extenuado, con tres campañas al hilo. Así, el que gane, casi lo hará por cansancio.

*El autor es analista político.

Correo electrónico: beneruizv@hotmail.com