

A votar

Arnulfo Vigil

Como dicen en el rancho, no hay día que no se venza ni plazo que no se cumpla, o algo así, y el día de votar es el próximo domingo, Dios mediante, lo que significa que hay que acudir a las urnas para cumplir un derecho cívico logrado a través de años y años de lucha social que ha librado el pueblo mexicano. Y las mujeres más.

Después de una de las campañas electorales más horribles que se han visto (o que he visto a lo largo de cubrir y reportear este tipo de mítotes) en los últimos años, la desembocadura final es el domingo 1° de julio, tal como estaba previsto en el calendario electoral. Ahora es la oportunidad de los ciudadanos mayores de edad de significar su percepción de la campaña, tanto si la votación es abrumadora como si no lo es, lo cual se traduce en los motivos que despertó dicha campaña.

Debates presidenciales que en realidad fueron reality shows, asesinatos de candidatos, candidato sin prurito para cambiar de zalea como se cambian los calcetines (o las medias), mentira tras mentira, promesas utópicas ancladas en disonancias mayúsculas, vamos a hacer el puente del río y si no hay río también lo hacemos, pretensos coludidos con el crimen organizado, otros perseguidos por la estela de la corrupción, repetidores que pretenden hacer lo que no hicieron, les quiero decir que durante mi gestión estábamos a un paso del abismo y si me reeligen les aseguro que daremos ese paso.

Sabemos que durante años el voto ciudadano no ha sido respetado, tanto el PRI como el PAN y partidos anexos sin dejar a un lado aquellos que ostentan como máxima la democracia, le han visto la cara a los mexicanos; sabemos de la perversión institucional del estado mexicano (PAN y PRI, again) que se meten en las elecciones para favorecer a su candidato mandando al traste tanto esfuerzo por conseguir la imparcialidad; sabemos del mercado en que han convertido el día de las elecciones comprando credenciales de votar, sobornando representantes de casilla, robando ánforas, amenazando, presionando. Lo sabemos porque lo hemos vivido.

Pero aun así hay que votar. Votar es la única manera de terminar con todo lo enunciado anteriormente. Si el voto es mayoritario, no digamos abrumador, los corruptos y pendencieros, mapaches y lechuzos, no tendrán oportunidad de ensuciar las elecciones. Los mismo aplica para cualquier candidato: entre más votos obtenga menos probable es que le arrebatan el triunfo. Por eso hay que votar. Y si no hay un candidato favorito, de todos modos es preferible votar que guardar pasividad y estar lamentándolo los próximos años.

La situación del país es dramática para todos los ciudadanos, excepto para 14 familias privilegiadas y para la clase política, y este domingo, es la oportunidad que tenemos de terminar con ese desbalance. Gane quien gane, sobre todo la presidencia de la república, si el voto suma más del 60 por ciento, muy difícil le será mentir, no cumplir con lo que prometió y traicionar el ejercicio democrático del voto.

Este domingo tenemos que ir a votar, al cabo no hay juego del mundial ni hay cerveza desde el sábado.

Nueva participación política

Jesús Reyes Heróles GG

El modo de hacer política en México se acabará a partir de la próxima semana.

Los ciudadanos dejarán de contar con partidos como mecanismo de agrupación y organización política, en torno a intereses, ideologías o causas.

Se iniciará una etapa de marcada fragmentación, durante la cual un universo de núcleos se moverá con una dinámica entrópica frente a un movimiento dominante: Morena.

Poco a poco esos núcleos buscarán agruparse, a partir de coincidencias e intereses, creando conglomerados para la reflexión y el debate de los asuntos públicos. Por eliminación constituirán una especie de nueva "oposición", con expresiones esporádicas de resistencia.

El surgimiento y evolución de esta nueva manera de agrupación política llevará tiempo. Algunos insistirán, con ingenuidad, en recoger pedazos de los partidos políticos actuales, para tratar de "reconstruirlos".

Las reuniones periódicas de estos mini conglomerados sociales constituidos para reflexionar sobre los asuntos públicos y políticos habrán de ser "financiadas" por los propios partici-

pantes, con una especie de "cuotas de recuperación" para el local, el desayuno, la cena, etcétera.

Primero los "criterios de admisión" serán más flexibles, dando nacimiento a conglomerados más o menos plurales, para evolucionar hacia criterios basados en afinidad de intereses o visiones ideológicas.

Lo anterior recuerda y se asemeja a los llamados "clubes políticos" que funcionaron con intensidad y efectividad a mediados del siglo XIX en México, promoviendo el ejercicio de los derechos políticos y perfilando gradualmente los partidos liberal y conservador.

Quizá un hecho culminante de esa forma de organización política fue el surgimiento del heráldico "Club de la Reforma", actor destacado en el trascendente periodo 1857-1861.

En esa época, dichos clubes establecieron relaciones con periódicos, que difundían las deliberaciones de los diversos grupos, para después difuminarse entre la Intervención y el inicio del largo gobierno de Porfirio Díaz.

El cambio no sólo se da de formas, sino también de sustancia.

Es evidente que ciertas reglas, costumbres, entendimientos y acuerdos

sociales que rigieron hasta este año caerán en desuso, las más destacadas aquéllas vinculadas con la corrupción, la seguridad pública, y el pacto federal.

Quedarán atrás como impulso de esa nueva era, que dé lugar a un pacto social no corrupto, sin entendimientos con el crimen organizado y sin complicidades entre el gobierno federal y los gobiernos subnacionales.

También habrá de surgir un nuevo régimen de relaciones entre los medios de comunicación y el gobierno, basado en una autonomía financiera gradual de los medios de comunicación respecto al poder público, creando una nueva base de mayor libertad para el desarrollo democrático de México.

¿Cómo se insertará el empresariado en ese nuevo orden de ideas? Al romperse el estatus quo de la relación de los partidos políticos actuales con los diversos grupos de interés, el empresariado también habrá de buscar nuevas formas de participación política, más fragmentada, menos empaquetada.

Discusiones recientes entre empresarios han revelado que la situación que ha prevalecido, ha dejado de ser funcional para su participación política y la defensa de sus intereses.

El cambio habrá de darse también

como producto de las modificaciones en los regímenes de libre comercio y de inversión.

Dejará de funcionar el intercambio organizado con base en grandes intereses, pues no encontrarán interlocutores estables y confiables.

Su participación política también habrá de bajarse a lo individual, nutriendo organizaciones más pequeñas y diversas mientras cuaja un nuevo orden político nacional.

Por último, el abandono del régimen antiguo también exigirá nuevas modalidades de interacción con el resto del mundo, en particular con Estados Unidos.

Será menos monolítica y más dispersa, multiplicando la interacción entre actores de los distintos países. Ese orden más suelto también abrirá canales para una mayor injerencia de intereses externos en los asuntos políticos de México.

Sin duda, el cambio tendrá aspectos positivos, pero también traerá consigo nuevos riesgos, sobre todo en un orden internacional tan convulso como el actual.

Paradójicamente, uno de ellos será el surgimiento de lunares de un parroquialismo defensivo.

Que rinda cuentas el INDE

Yanira Gómez García

En temas deportivos es necesario analizar cuál ha sido el avance en esta materia en el Estado y nos damos cuenta que a unos días de que finalice el primer semestre existen una serie de obras y proyectos deportivos que se debería ejecutar por parte del Instituto Estatal del Deporte han quedado en el olvido.

Resultados que se han visto reflejados en la Olimpiada Nacional 2018 en la cual el Estado cosechó 130 preseas doradas en comparación con las 179 que obtuvo en la edición 2017.

Por si esto no fuera poco en enero de este año renuncia el Director del Instituto del Deporte Raúl González para buscar un puesto de elección popular dejando a la deriva a los atletas nuevoleonenses y es fecha que el Gobernador interino no ha designado a un titular de esta importante área.

Estos resultados no son por falta de apoyo en el presupuesto aprobado por el Congreso del Estado ya que los leg-

isladores comprometidos con el deporte aprobamos un presupuesto histórico de 349 millones de pesos.

Es por la falta de una adecuada dirección del Instituto, despido de personal técnico y conflictos con el personal que labora en el organismo lo que no abona a una adecuada preparación de los atletas que representaron a nuestro estado en la Olimpiada Nacional 2018.

Es por lo anterior que es urgente que el Gobierno del Estado y el Instituto del Deporte rindan cuentas sobre el ejercicio de los recursos autorizados y el estatus de las obras proyectadas en beneficio de los deportistas.

Existen muchas quejas de nuestros deportistas, entrenadores y gente ligada al deporte por lo que no hay que hacer oídos sordos.

Hay que recordar que el deporte es formativo por lo que es de vital importancia brindarle a nuestros niños y jóvenes todo lo necesario para que lo practiquen y representen dignamente a Nuevo León.

La sombra del fraude



¿Por quién votar

Camilo E. Flores

¿A que le tiras cuando sueñas mexicana?
Chava Flores

Estas letras están destinadas para aquellos electores aún indecisos sobre a quién darán su voto y para los que de antemano ya cuentan con una postura, y no temen someterla a los siguientes cuestionamientos.

Decimos voto, pero además de la acción concreta de trazar en la boleta algún nombre/partido, es necesario hacerse la pregunta básica: ¿qué se vota cuando se vota? ¿Qué implica votar? ¿Desde dónde (a priori) alguien emite su juicio electoral, ese que desemboca en el acto de votar? ¿Historia? ¿Tradición partidaria? ¿Reflexión? ¿Miedo? ¿Apuesta? ¿Lectura de propuestas? ¿Conocimiento de planes y gabinetes? Entre muchas otras.

Desde hace más de 100 años, aproximadamente, las campañas políticas a lo largo y ancho del mundo, han contratado mercadólogos, especialistas de impacto, consultores en imagen, publicistas, quienes al igual que leen un mercado objetivo para la colocación exitosa de un producto, ahora diseñan las estrategias de campañas políticas, no muchas veces con el mejor sustento, sino con argumentos de contacto, de escándalo-indignación, "guerra sucia", lo que genera hoy por hoy un efecto

viral. Ello ha contribuido aún más a que la esfera política, se constituya aún más, en "pan y circo" mediático, a la indignación y polarización, afectando incluso al genuino hartazgo y reclamo antes diversas condiciones (laborales, económicas, educativas, salud, inflación, etc.) del país, así como la necesidad de confirmar, con argumentos y pruebas, cada dicho en campaña o debate, ya que "Del dicho al hecho hay mucho trecho", y éstos a menudo son una pura guerra mediática. La cuestión interesante de ello es que, en la lógica de lo viral, se contempla la idea de que el ciudadano en su mayoría no irá a confirmar una noticia o dicho, sino que tenderá a dar por sentado lo mayormente likado (de Like).

Entonces ¿Qué hacer en un contexto político dónde lo mediático es el ingrediente principal? ¿Dónde incluso el candidato del gobierno actual habla como si no fuera parte de lo mismo que antes para hacer crítica y campaña? ¿Dónde emplea votaron iniciativas de ley que ahora critican y rechazan?

Algo que puede ayudar a contestar tales preguntas es, los posicionamientos en materias estructurales: gabinete, plan de gobierno, plan económico, educativo y de salud. Ya que si se leen las 3 propuestas de los 3 candidatos importantes, se puede advertir una claridad en los posicionamientos, más allá o más acá de lo mediático electorero.

Más allá del miedo y la indignación, los cuales no son del todo referentes para tomar decisiones fundamentales, cosa que, dicho sea

de paso, bien saben algunos artífices de los slogans de campaña, es tomar el voto a la luz de los gobiernos y/o puestos que los distintos candidatos han encabezado, aunque al ser pasado, no es garantía de futuro, pues por las que se evalúe alguno, siempre es "a toro pasado", algo se escapa, lo cual nos lleva a uno de los elementos básicos del voto: votar es de alguna forma, colocar algo de sí, dar un voto de confianza en base a una apuesta, similar a la apuesta por amor que se hace por alguien o algo, y con el cual nos acompaña el deseo. Solo que dar el voto de confianza, en ese sentido, nunca debe ser a cerrar los ojos antes los errores y malos manejos de "nuestro" candidato.

Otro elemento, además de los ya mencionados, para reflexionar y emitir nuestro voto, consiste no tanto en pensar que por quien votaremos resolverá todo, pues nadie puede lograr ello solo, se requiere un gran equipo, cosa que por el contrario también explotan las campañas mediáticas, sino que por quien votemos será aquel que después siendo funcionario público, sea presidente del país, alcalde, gobernador, senador o diputado, será a quienes permanentemente deberemos exigir cuentas, hacer labor -no mediática ni de golpeteo- sino de crítica y cuestionamiento ciudadano responsable, a fin de participar de la vida política, y no estar más proclives a recibir/dar respuestas con la misma moneda mediática que nos fue lanzada durante las campañas. Ya que el público también genera/inspira los chistes que le son contados; cada comediante, como cada político es algo al mismo tiempo colectivo e individual.

camilormz@gmail.com

El Porvenir

Fundado el 31 de enero de 1919
Diario matutino publicado por Editorial El Porvenir, S.A. De C.V.
Oficinas y Talleres: Galeana Sur 344 y 5 de Mayo, Monterrey, N.L.

•JESUS CANTU LEAL † PRESIDENTE FUNDADOR HASTA 1947
•ROGELIO CANTU GOMEZ † DIRECTOR GERENTE HASTA 1984
•JOSE GERARDO CANTU ESCALANTE PRESIDENTE Y DIRECTOR GERENTE
•ROLANDO MACIAS BERMUDEZ COORDINADOR DE INFORMACION
•JOSE MANUEL RODRIGUEZ ARROYO COORDINADOR GRAL. DE REDACCION
•LUCILA CRUZ CEGUEDA GERENTE ADMINISTRATIVO

CONMUTADOR: 8345-40-80

REDACCION: 8345-46-15 / PUBLICIDAD: 8340-16-16

SUSCRIPCIONES: 8340-62-00

CORREO ELECTRONICO: editorial.elporvenir@prodigy.net.mx

PAGINA EN INTERNET: www.elporvenir.mx

Oficina en Cd. de México: Calle Ignacio Mariscal No. 32. Despacho 301 Piso 3.
Colonia Tabacalera. Delegación Cuauhtémoc, Cd. de México. C.P. 06030
Tels. (55) 57-05-61-78 / 81 y 82.

Coordinador de Ventas: MARCO A. SANCHEZ

CORREO ELECTRONICO: elporvenir@prodigy.net.mx

Agencias informativas:
Notimex (NTX), Universal (UNIV), La Jornada,
Mexsport

Miembro de la ASOCIACION DE EDITORES
DE LOS ESTADOS
Av. Palmas 239 Int. 204
Col. Lomas de Chapultepec C.P. 11000, México, D.F.
Tels. (55) 5293-8240 al 49 Fax: (55) 5202-1622

Los artículos firmados son responsabilidad de
sus autores y los no firmados de la redacción.

Registrado como correspondencia de 2a clase el
4 de febrero de 1919.
Franqueo pagado Publicación Periódica Permiso
No. 00 102 19

Característica: 121852703 Autorizado por Sepomex

Certificado de licitud de título No. 2605
Certificado de contenido No. 1664

Reserva de derechos al uso exclusivo (derechos de autor)
No. 04-2001-070911225500-101