WALDO

NUESTRO CONCEPTO

El arranque de AMLO

Cuando un gobierno, del partido que sea, inicia con una alta expectativa, sus decisiones suelen generar intensidades en todos los sectores. La cuarta transformación que encabeza el presidente de la república, Andrés Manuel López Obrador, llegó a un primer periodo de evaluación, los cien días. En los que diferentes voces de la sociedad han señalado aciertos y desaciertos, dudas, incertidumbres, así como el reconocimiento a políticas como el combate a la corrupción.

Más allá de las pasiones, Andrés Manuel López Obrador ha sabido reconciliarse con diferentes sectores, aun cuando muchos de sus colaboradores cercanos han saltado de ocurrencia en ocurrencia; su acercamiento con los empresarios ha logrado generar un clima de confianza en materia económica; aun cuando los pronósticos de los especialistas no vaticinen un gran crecimiento para este 2019.

Entre sus aciertos, el combate al robo de combustible dentro y fuera del propio Pemex ha sido bien visto tanto por la sociedad civil como por la iniciativa privada, y una vez superado el tema del desabastecimiento, la medida se ha reconocido como justa y necesaria. No así los recortes a las estancias infantiles y los centros de atención a las mujeres que sufren violencia, y aun cuando el Gobierno federal se ha esforzado en ofrecer diferentes explicaciones, ha sido para algunos uno de sus desaciertos.

Sin duda alguna, el mandatario sabe cómo tener la agenda mediática y mantenerla a su favor; sus viajes en vuelos comerciales le consiguen la aprobación del grueso de la población, aunque genere dudas en los sectores especializados que lo ven solo como una forma de mantener su imagen y derrocar la figura del presidencialismo que tan desgastada está en estos tiempos.

Nadie quiere que al presidente le vaya mal, y aunque su relación con los medios de comunicación se mantiene con altas y bajas, las voces críticas ya empiezan a jugar un contrapeso importante, a un gobierno que además cuenta con un pleno respaldo del Congreso y el Senado, donde el Movimiento de Regeneración Nacional que llevó al poder a AMLO es mayoría.

Hasta el momento la buena popularidad del presidente tiene que ver con el corto ejercicio de poder, cien días son muy poco para ver resultado en los temas trascendentales, aunque dejen ver el comportamiento del Gobierno frente a las políticas públicas, el desgaste natural del ejercicio del poder, y el éxito o fracaso de los grandes proyectos como el Tren Maya, la Guardia Nacional y el crecimiento económico serán los que confirmen o condenen la tan mencionada cuarta transformación al final de este año.

Su opinión nos interesa

Envíela a: cartas@elsiglodetorreon.com.mx ■ **Fax:** 716-59-09
Dirección: Av. Matamoros 1056 Pte. Torreón, Coah. 27000

Por favor incluya su nombre y la ciudad donde resida.
Las cartas pueden ser editadas por razones de espacio.

URBE Y ORBE

Arturo González González

De clientelismos y populismos

El clientelismo y el populismo son dos de los conceptos más manoseados en México y el mundo. Y esto no quiere decir que no cuenten con su buena dosis de realidad; por el contrario, como son tan evidentes, los distintos partidos y actores políticos los utilizan a discreción y conveniencia cuando pretenden descalificar o atacar a sus contrincantes. Populista y clientelar son dos piedras que se lanzan frecuentemente en los debates desde diestra y siniestra, como si ambos bandos estuvieran libres de esos "pecados". Pero ambos conceptos, como muchos otros, tienen dos acepciones: una neutral y otra peyorativa.

El clientelismo es una práctica casi tan antigua como la democracia y consiste en un intercambio de favores entre un político o funcionario y los electores con el fin de obtener de estos su voto. La connotación negativa viene dada por la entrega de apoyos económicos y/o en especie condicionados desde la estructura del poder con el objetivo de beneficiar a un partido o actor político. Es decir, se usan recursos del Estado en favor de una persona o grupo.

El populismo es una corriente practicada por políticos y partidos que consiste en intentar representar los intereses de las clases bajas o populares de una sociedad. La acepción peyorativa surge a partir del uso de dicha representación para impulsar una agenda particular o gremial en nombre de una supuesta mayoría. O sea que, desde una posición de proyección o poder público, un grupo político se asume como la única voz o la más representativa de las clases menos favorecidas.

Si repasamos con cierta agudeza la historia reciente de México no será difícil encontrar que todos los partidos políticos han incurrido en las prácticas más negativas del clientelismo y el populismo, las cuales, hay que decirlo, proliferaron dentro del otrora omnipresente y omnipotente Partido Revolucionario Institucional (PRI), instituto político concebido desde el corporativismo para fusionarse con el Estado en el régimen postrevolucionario.

La fórmula fue tan exitosa para los objetivos electoreros que incluso la oposición llegó a replicar dichas prácticas y tendencias cuando llegaron a ser gobierno. Prueba de ello es que los programas sociales del priato del siglo XX y luego del —valga la expresión— "prianato" del XXI no lograron despojarse de ese tufo clientelar, así como tampoco los discursos ni la propaganda pudieron alejarse del populismo, presente sobre todo en las campañas, cuando se dice lo que los electores quieren oír y no lo que es necesario hacer para mejorar el rumbo del Estado.

Hoy, como muchas otras cosas, el clientelismo y el populismo en México se están transformando —que no desapareciendo— para adquirir otra dimensión, de la mano del presidente Andrés Manuel López Obrador y su Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), un partido político sui géneris que ha pasado de ser el bastión de la izquierda electoral mexicana a una especie de "atrapalotodo". Si antes la apuesta del PRI y Acción Nacional (PAN), hoy opositores, era la de intentar disfrazar ese clientelismo y populismo, o sólo manifestarlo abiertamente en años electorales, con López Obrador la impronta es permanente.

Un cambio importante en cuanto al clientelismo es la desaparición de la estructura piramidal partidista en donde los liderazgos territoriales en barrios, colonias y comunidades rurales jugaban un papel muy relevante. Ahora, el gobierno de López Obrador ha desplegado sus programas asistenciales con el uso de los promotores del voto, devenidos en empadronadores, pero que están encargados sólo de levantar el registro de inscritos, ya que el dinero se deposita directamente al beneficiario. Es decir, ya no existe la figura del intermediario y el vínculo clientelar es directo entre gobernante y gobernado.

No obstante, las nuevas maneras conviven en los estados con las antiguas y no tan antiguas formas clientelares, como el caso de Coahuila en donde el gobierno priista ha lanzado la tarjeta "Mera Mera", que evoca al controvertido "Monedero de la Gente" o la no menos polémica tarjeta "Más Mejor", lanzadas durante los 12 años del moreirato (2005-2017).

En lo que concierne al populismo, el presidente López Obrador y sus correligionarios se asumen como representantes únicos de la voz y el sentir popular y, por lo tanto, tienden a descalificar cualquier cuestionamiento que venga desde afuera de su amplio movimiento, incluso aunque surja de estratos socioeconómicos bajos de la población. En ese tenor, AMLO está utilizando la herramienta de la consulta —con todas las dudas en su aplicación y legitimidad— para cubrir sus decisiones de un barniz popular en temas ya aprobados por él y su grupo.

Esto representa una novedad respecto al populismo de los últimos gobiernos, los cuales referían exclusivamente el mandato de la mayoría que las urnas les habían otorgado, aunque esa mayoría fuera débil o se hubiera construido bajo métodos antiéticos, ilegítimos sino es que hasta francamente ilegales.

Ni el populismo ni el clientelismo surgen con el lopezobradorismo, así como tampoco son característica exclusiva de este movimiento. Lo que ocurre con ellos hoy es una transformación. El predominio de estas prácticas y corrientes se viene dando desde hace años, no sólo en México, sino en todo el orbe, y tiene que ver con la cada vez más fuerte competencia electoral, el desprestigio de los partidos tradicionales, la pérdida de representatividad política de quienes ejercen cargos públicos y la hegemonía de la visión de mercado en la sociedad y la política, con la que no se busca orientar, guiar o liderar sino sólo prometer el cumplimiento de una expectativa material y efímera.

En la medida en que cuesta más trabajo convencer con ideas al electorado, más se echa mano del populismo y el clientelismo en sus peores acepciones. En la medida en que el electorado se ajusta más a una visión de mercado y se aleja de la visión de Estado, más propenso está a pedir de sus gobernantes que digan lo que desean oír o que les cumplan sólo aquello que resulta tangible e inmediato. Y esta realidad abriga el riesgo de que por satisfacer sólo las necesidades momentáneas de la población se deje de invertir en la creación de infraestructura de gran calado para un futuro sostenible, además de que las expectativas del intercambio democrático se mantengan en el ámbito exclusivo de lo utilitario y momentáneo, lejos de la visión de largo plazo y de las políticas de mayor aliento.

Twitter: @Artgonzaga
e-mail: agonzalez@grupopunto.net

2030 más

Denise Dresser

Han pasado 100 días. Faltan 2030 más y ante las tendencias vislumbradas surgen preguntas que todo ciudadano debería hacer y el gobierno debería contestar:

¿Se votó para combatir la corrupción, pero ¿cómo saber si ese combate está surtiendo efecto cuando las cifras de lo que se ha recuperado -por ejemplo- vía la lucha contra el huachicol no son verificables? ¿Cuando se canceló el NAIM por la transa pero no hay empresas sancionadas? ¿Cuando se ofrece perdón y olvido en vez de investigación y castigo? ¿Cuando los medios y las organizaciones que se han dedicado a destapar la cloaca son desacreditadas desde el poder? ¿Cuando la Secretaría de la Función Pública y el SAT se prestan a persecuciones politizadas, pero ignoran personas y temas del sexenio peñanietista? ¿Cuando en vez de promover licitaciones públicas para las grandes obras del sexenio, se otorgan por adjudicación directa, lo cual facilita la trampa? ¿Cuando los recortes en nombre de la austeridad necesaria afectan la gestión gubernamental? ¿Cuando no se fortalecen las capacidades institucionales para detectar, prevenir y castigar la corrupción?

Se votó para disminuir la desigualdad y la concentración de la riqueza, pero ¿cómo saber que la política social incidirá en la pobreza si 19 de los 20 nuevos programas creados están operando sin reglas y sin mecanismos de evaluación? ¿Cuando 365 mil millones de pesos se destinarán de manera discrecional y sin regirse por la Ley de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria? ¿Cuando a ciertos grupos vulnerables se les premia y a otros -como las mujeres y los discapacitados- se les castiga? ¿Cuando la distribución de recursos sin intermediarios parece más destinada a crear clientelas electorales que a construir trampolines para la movilidad social? ¿Cuando se debilita a los órganos reguladores -como la Cofece, el Ifetel- cuyo objetivo es promover la competencia y contener a los monopolios? ¿Cuando en lugar de enfrentar a los centros de veto que caracterizan al capitalismo de cuates, se busca una alianza con ellos? ¿Cuando la élite empresarial piensa que "calladita se ve más bonita" y en vez de exigir reglas claras para todos, sigue apoyando el favoritismo para algunos?

Se votó para promover el crecimiento económico, pero ¿cómo lograrlo si analistas independientes y el Banco de México han encendido alertas en torno a los planes presentados y el rumbo marcado? ¿Cuando los mercados miran con malos ojos lo que se está haciendo y eso afectará los flujos de inversión y por ende el crecimiento? ¿Cuando la inviabilidad del "rescate" a Pemex está impactando negativamente las perspectivas para el resto de la economía? ¿Cuando el uso de recursos multimillonarios para pagar la cancelación del aeropuerto producirá un boquete en las finanzas públicas, reduciendo lo que el gobierno puede gastar sin endeudarse más? ¿Cuando la estrategia es satanizar a las calificadoras y matar al mensajero en vez de atender el mensaje que el mundo está enviando? ¿Cuando es obvio que el Tren Maya y el aeropuerto de Santa Lucía no van a ser detonadores keynesianos del crecimiento? ¿Cuando sin crecer va a ser muy difícil redistribuir?

Se votó para impulsar la transición democrática que se truncó, pero ¿cómo asegurarlo si se recurre a métodos extralegales e inconstitucionales como las consultas populares? ¿Si el propio Presidente ridiculiza a la oposición y se burla de los contrapesos, defectuosos pero necesarios? ¿Si se toman decisiones -como la compra de pipas o la construcción de Dos Bocas- al margen de la normatividad, creando estados de excepción permanentes? ¿Si se usan las mañaneras para linchar y designar enemigos, con el argumento de que el Presidente sólo "expresa su opinión" cuando lo hace desde la percha más intimidatoria del país? ¿Si AMLO insiste en que la sociedad civil -toda- está capturada por la oligarquía y por lo tanto no tiene derecho a incidir o participar? ¿Si se debilita a la Suprema Corte enviando una terna marcada por el conservadurismo, la incondicionalidad y el conflicto de interés? ¿Si se continúa empoderando a las Fuerzas Armadas? ¿Si se reconstruye a diario el sistema de partido hegemónico, presidencialista, con poderes metaconstitucionales, que la transición buscó desmantelar? Y si estas tendencias continúan en los 2030 días que faltan del sexenio, ¿México habrá progresado o involucionado?

El Siglo de Torreón
PERIÓDICO REGIONAL DEFENSOR DE LA COMUNIDAD

ANTONIO DE JUAMBELZ
Fundador

PATRICIA GONZÁLEZ-KARG DE JUAMBELZ
Presidente del Consejo

ENRIQUETA MORALES DE IRAZOQUI
Vicepresidenta del Consejo

ANTONIO GONZÁLEZ-KARG DE JUAMBELZ
Director General

ALFONSO GONZÁLEZ-KARG DE JUAMBELZ
Director General Adjunto

ENRIQUE IRAZOQUI MORALES
Director de Operaciones

MARÍA DEL SOCORRO SOTO NAVARRETE
Subdirectora de Finanzas

YOHAN URIBE JIMÉNEZ
Subdirector Editorial

Dentro de su programa, El Siglo de Torreón pugnará:

- Por un crecimiento ordenado y sano de la zona urbana
- Por que la policía sea una garantía social
- Por la disminución de los "tabaretes"
- Por el aumento de escuelas y fundación de bibliotecas
- Por la prosperidad de La Laguna
- Por que todos tengamos como norma que favorecer los negocios de la Comarca es contribuir al engrandecimiento de nuestros propios negocios
- Por llevar al ánimo del Gobierno Federal la idea de que: "La Provincia también es México".
- Por la conservación del lecho del río Nazas
- Por la preservación del medio ambiente

Suscripciones:
Trimestral $699.00
Semestral $1,299.00
Anual $1,999.00
1 año y medio $3,199.00

Consúltenos en Internet
www.elsiglodetorreon.com.mx

I.S. o asterisco (*) significa inserción solicitada
Cert. L. de T. Sec. de Gob. No. 413. Cert. L. de C. Sec. de Gob. No. 204
Reserva de derechos de autor
No. 04-2017-062915550500-101

Año 98
No. 12

Diario de la mañana, editado e impreso por la Cía. Editora de La Laguna, S.A. de C.V., en la avenida Matamoros 1056 Pte., apartado postal 10. Teléfonos: conmutador 7-59-1200 con cincuenta líneas. Crédito y cobranzas 7-16-1352; Sociales 7-59-1200 Exts. 1111 y 1211. Suscripciones 7-16-4514; Redacción 7-59-1200 Exts. 1113, 1115 y 1136. Distribuido por Celsa Distribuciones, con domicilio en Av. Matamoros 1056 Pte., Torreón Coahuila. Registrado como artículo de segunda clase el 7 de marzo de 1922. Franquicia Postal 1-08-112/90.
Miembro de la Asociación de Editores de los Estados (AEE). Agencias noticiosas: El Siglo AEE, El Universal, Notimex y AP.
Precio por ejemplar: $10.00 entre semana y el domingo $12.00 (Estos precios están sujetos a cambios sin previo aviso). Toda remisión debe hacerse a Cía. Editora de La Laguna, S.A. de C.V. No se devuelven originales aunque no se publiquen. Los trabajadores que laboran en la redacción y confección de este periódico son miembros de la Sección 8 del SITAG.