

¿Por qué tiene sentido votar?

GABRIEL BALTAZAR

Votar es mucho más complicado de lo que parece. La primer disyuntiva, a la que te enfrentas, es la de ir a votar o no, una vez que decides ir a votar, debes elegir si votarás por un candidato o anularás tu voto; si decides votar debes escoger, a uno de los -en el caso de la elección presidencial- cuatro candidatos. Sea cual sea la decisión que tomemos, lo haremos con base en incentivos. En este artículo me propongo mostrarles los incentivos que tenemos para ir a votar.

El IFE funciona con presupuesto federal. Los partidos políticos también se encuentran financiados con dicho presupuesto, el cual proviene de la recaudación fiscal y de otros ingresos del Estado mexicano; esto quiere decir que un porcentaje del presupuesto federal se encuentra asignado a todo un aparato diseñado para votar. Los recursos para estas elecciones

ya se asignaron y muchos ya se emplearon, ese dinero provino de nosotros, de nuestros ingresos y de la venta de los recursos naturales del país.

Tal vez nosotros hubiéramos gastado el presupuesto en otros rubros, tal vez no financiaríamos al IFE, ni mucho menos a los partidos políticos; tal vez el domingo 1 de julio nos gustaría ver un partido de fútbol en casa, en vez de formarnos para votar. Sin embargo el hecho es que el dinero, nuestro dinero, fue asignado y se está gastando; el voto es un servicio que nosotros pagamos y desaprovecharlo es irracional.

En Brasil pasa algo muy curioso. Al igual que en México, votar es un derecho y, al mismo tiempo, una obligación, solamente que en Brasil si no cumples con esta obligación eres penalizado con una serie de restricciones a los derechos civiles, por ejemplo no puedes participar en concursos públicos y tienes dificultad para inscribirte en universidades. Un poco extremo. ¿Acaso esto repercute en el grado de abstencionismo? Parece que no, según un artículo del Nuevo Herald, en las elecciones brasileñas de 2010 sólo votaron 29 de los 136 millones de electores; es decir, 21.5% del electorado.

Entonces penalizar el incumplimiento de la obligación del voto, con el objetivo de incentivarlo, no es eficiente. Para que los ciudadanos asistan a las urnas deben, como dicen los teóricos del derecho, "internalizar la norma"; es decir, asumir que ir a votar es lo correcto. ¿Cómo hacerlo? Por un lado la calidad del voto y la democracia misma, como más adelante afirmo, deben mejorar; pero por otro lado es momento de que asumamos que cumplir con los normas nos genera un beneficio social, que somos una sociedad legalista, en la que todos, Estado y sociedad cumplimos con nuestras obligaciones constitucionales.

El derecho a votar y ser votado, el sufragio universal, se logró con el sacrificio de muchas mujeres y hombres; quienes vieron en él una posibilidad real de cambio. La Revolución Mexicana

empezó con la consigna de "Sufragio efectivo y no reelección".

Actualmente la figura del voto se encuentra muy desprestigiada, se

minimiza su papel en la vida política de las sociedades a tal grado que hay quienes afirman que no sirve para nada. Me parece irresponsable afirmar algo así, simplemente los invité a voltear a Túnez, Egipto y, más recientemente, a Siria. Creo que hay muchos sectores de la sociedad con los que el Estado mexicano se encuentra en deuda: han sido sistemáticamente marginados, sus demandas deben ser escuchadas y se debe garantizar el cumplimiento de todos y cada uno de sus derechos fundamentales. Entiendo la decepción y la frustración de estos sectores, pero creo que no es un problema del sufragio en sí mismo, sino de la calidad del sufragio en nuestro país.

Es cierto que tenemos un sistema electoral imperfecto, es cierto que algunos de nuestros políticos y candidatos, por decir lo menos, son mediocres; pero es nuestra obligación, de carácter ético, ir a las urnas, ejercer un voto de calidad y ser mejores ciudadanos, aunque sea por la memoria de aquellos que dieron su vida para que nosotros pudiéramos votar.

www.gendx.org

JUEGOS DE PODER

Televisoras y partidos: círculo de venganzas

LEO ZUCKERMANN

¿Tienen las televisoras hoy más o menos poder que hace seis años? Haga la pregunta porque, según los legisladores, la reforma electoral de 2007 era una especie de reivindicación de la clase política nacional contra los abusos que cometieron las televisoras en la elección del 2006 y que, según ellos, afectaron a todos los partidos. Lo que nunca dijeron ni el PRI ni el PRD ni los partidos chicos ni el partido ganador, el PAN, es qué hicieron las televisoras para que todos quedaran tan dolidos y con una sed de venganza. Nunca lo supimos. El hecho es que los legisladores de todos los partidos aprobaron la reforma prometiendo que ésta "emanciparía" a los políticos del poder "abusivo" de las televisoras.

¿Lo lograron? ¿Decreció el poder de las televisoras? No lo creo. Por el contrario, las veo más fuertes que nunca. Estos años hemos atestiguado su propia revancha contra la reforma. Cuando en 2009 por primera vez se implementó el "nuevo modelo de comunicación política", las televisoras, por ejemplo, interrumpieron el fútbol para transmitir spots partidistas. El asunto causó gran revuelo.

Los pleitos han sido muchos. El IFE, de hecho, ha tenido que sancionar en diversas ocasiones a las televisoras, en particular a TV Azteca. El último agarrón se dio esta semana cuando el dueño de esta empresa anunció que sus canales no transmitirían el debate presidencial y que, a la misma hora, pasarían un juego de cuartos de final del fútbol mexicano.

La relación entre televisoras y partidos en los últimos años ha sido un círculo de venganzas. Como tú abusaste de mí, ahora yo te castigo a ti. Ah sí, pues como tú me estás castigando, pues yo te regreso algo que te duela. Un círculo perverso que no ha beneficiado a nadie. Ni a las televisoras ni a los partidos, mucho menos al ciudadano que ha sido el espectador de una confrontación estéril.

La relación entre las televisoras y los partidos es un problema en todos los países democráticos. Unos los han resuelto mejor, otros peor. Pero en México es un desastre. Las preguntas son muchas. ¿Cómo tener una televisión competitiva que a la vez sea abierta, democrática y plural? ¿Cómo

mantener una sana independencia entre el poder mediático y el político? ¿Cómo instaurar un sistema de pesos y contrapesos entre éstos? ¿Cómo evitar que un partido se apodere de una televisora o una televisora de un partido?

No hay respuestas fáciles. Dos cosas me quedan claras para México. Primero, que la reforma electoral del 2007 fracasó para equilibrar y lograr una mejor relación entre televisoras y partidos. No creo, como argumentaron los legisladores en su momento, que la reforma haya "emancipado" a los partidos de las televisoras. Tampoco creo que los partidos sean hoy más abiertos y transparentes frente a los medios.

La segunda cosa que me queda clara es que la solución de fondo a este problema es una mayor competencia en la televisión y en los partidos. El día que haya más empresas televisivas, una decisión como la anunciada por Ricardo Salinas, de pasar el fútbol en lugar del debate presidencial, será irrelevante. El día que haya más partidos, o candidatos independientes, o aperturas de los partidos en sus competencias internas, los ciudadanos tendrán más opciones y las televisoras se verán obligadas a abrir más espacios de información política.

Yo no tengo duda que esto ocurrirá algún día. Gracias a la tecnología, la televisión llegará por Internet y habrá múltiples opciones. Gracias a una creciente presión ciudadana, los partidos tendrán que abrirse. Pero, en lo que esto sucede, es necesario parar, de una vez por todas, el círculo de venganzas entre televisoras y partidos en México. Esto implica que Televisa, TV Azteca, PRI, PAN y PRD se sienten a negociar un acuerdo que deje satisfecho a todos. Necesitamos la cooperación de las partes, no el choque entre ellas. Porque la alternativa -seguir en un círculo de venganzas- es insostenible.

Peña 90%, Josefina 20%, AMLO 3%

No son resultados de encuestas. Son las probabilidades que los apostadores les están dando a los tres candidatos de ganar la elección presidencial mexicana en intrade.com. No suman 100% porque el mercado de esta predicción toda-

vía no es muy líquido que digamos. En otras palabras, todavía son pocos los contratos que se están negociando. Pero aquellos que sí le han metido una lana para predecir el resultado de la elección, están previendo una competencia holgada, muy favorable para el candidato priista. Hoy, si usted cree que Peña ganará, tiene que comprar contratos a nueve dólares para ganar diez, por lo que su utilidad será de un dólar por cada nueve invertidos si efectivamente este resultado se da.

Si usted, en cambio, piensa que Vázquez Mota o López Obrador va a ganar, pues no lo dude: es el momento de arriesgar su dinero. Tiene tres opciones:

1.- Puede vender contratos de Peña a nueve dólares. Si el priista efectivamente pierde, usted se embolsa esos nueve dólares. En cambio, si pierde, sólo tiene que pagarle un dolarito al que le compró los contratos.

2.- Puede también comprar a Josefina a dos dólares. Si la panista gana, usted se lleva a la bolsa ocho dólares de utilidad. Si pierde, usted

deja los dos dólares que apostó por cada contrato adquirido.

3.- Ahora bien, la verdadera "chica" es la apuesta a favor de López Obrador. Para todos aquellos que consideran que el tabasqueño podría alzarse con la victoria tienen la oportunidad de comprar un contrato a favor de éste por sólo 30 centavos de dólar. Si el candidato progresista gana, usted se llevará 9.7 dólares de ganancia por cada 30 centavos invertidos. ¡Buenísima ganancia! En cambio, si AMLO pierde, su quebranto monetario será mínimo: sólo los 30 centavitos que se pusieron en juego.

Ahí están pues, los momios a los que se está cotizando actualmente cada uno de los candidatos presidenciales en intrade.com. A dos meses de la elección, la predicción está muy favorable a Peña. Prácticamente igual que la elección francesa del próximo domingo. Ahí los apostadores de intrade.com le están dando una probabilidad de ganar al socialista Francois Hollande del 87%, mientras que la del actual presidente Nicolas Sarkozy es de 13%, en un mercado mucho más líquido que el mexicano.

Twitter: @leozuckermann