

ASTILLERO

Austeridad espectacular // Derroche en anuncios // Uso antitético de recursos // Amlofest el primero de julio

JULIO HERNÁNDEZ LÓPEZ

SENCILLO, SOBRIO, AUSTERO ha sido el comportamiento de Andrés Manuel López Obrador, y tales características han recomendado tanto él como su partido a quienes están buscando la candidatura presidencial de 2024 mediante un mecanismo adelantado que de por sí implica, cuando menos en los tres aspirantes punteros (Sheinbaum, Ebrard y Adán Augusto), gastos cuantiosos que literalmente saltan a la vista.

LO CONTRARIO DE esas características recomendadas es lo espectacular, adjetivo que el diccionario de la Real Academia Española define como algo “que tiene caracteres propios de espectáculo público” o que es “aparatoso u ostentoso”. En la élite del *corcholataje* (no la sexteta completa, sino tres competidores destacados, que podrían ser dos, pero pareciera una) lo espectacular se refiere (no sólo en este punto, pero en él se centra esta columna) a los anuncios de gran formato que han brotado como plaga a lo largo y ancho del país para promover a los aspirantes hoy dedicados al turismo promocional.

EL USO TRAMPOSO de esos anuncios espectaculares para impulsar candidaturas es clásico. Lo han utilizado diversos partidos y personajes en variadas circunstancias. Usualmente son contribuciones en especie de empresarios del ramo que obtienen permisos y privilegios a cambio de ceder “gratuitamente” sus espacios en determinado lapso electoral o preelectoral. El contenido proselitista suele ser “disfrazado” mediante portadas de revistas que abiertamente sirven al interés del cliente. Y también intervienen “inversionistas” turbios que así “apoyan” a quienes llegados al poder devolverán con creces el favor.

RESULTA, DESDE LUEGO, antitética la profusión de ese tipo de anuncios en pro de los principales competidores por el máximo poder nacional en 2024. No es congruente con los propósitos de regeneración nacional, así se pretenda encubrir el financiamiento respectivo con la versión de “donadores anónimos” o “voluntarios”. Y, sin embargo, ahí está y seguirá dicha confirmación gráfica de la abundante recurrencia a ese vicio político que, ha de decirse, no es el único en este proceso de caras movilizaciones, uso oneroso de las redes sociales y despliegue de recursos operativos costosos.

MARCELO EBRARD CONTINUÓ bordeando los límites de las instrucciones partidistas al señalar ayer en el estado de México que “dicen que no hagamos propuesta, pero, ¿qué va a haber en un recorrido por todo el país? O sea, como si fuera visita turística”. Además, insistió en la propuesta que se le ha vuelto como bumerán negativo: crear la secretaria de la Cuarta Transformación, “porque el pueblo” así lo quiere, y esperar a que “más adelante” pudiese estar Andrés Manuel López Beltrán en condiciones de aceptar la titularidad.

EN HIDALGO, TIERRA de caciquismo histórico, Claudia Sheinbaum ha subrayado que ya terminaron el dedazo y los tapados, de tal manera que se vive “un momento” que ya debe enfilarse a definir quién va a representar a Morena en 2024. También criticó a quienes descalifican a la nueva secretaria de Gobernación por ser mujer.

ADÁN AUGUSTO LÓPEZ Hernández, a su vez, topó con el Partido Acción Nacional, cuyo dirigente, Marko Cortés, ha asegurado que el ex titular de Gobernación ha usado recursos de esta oficina para su promoción personal. El aspirante tabasqueño emplazó al citado Cortés a que pruebe sus dichos.

Y, MIENTRAS PRÍISTAS cupulares como Rubén Moreira critican a quienes se dan la vuelta y se largan del *tricolor*, con el ex gobernador de Hidalgo, Omar Fayad, como destinatario luego de que renunció a dicho partido en presunta espera de un premio diplomático después de la victoria morenista en la entidad, ¡hasta mañana, con el anuncio presidencial de que el sábado primero de julio habrá festejo en la Plaza de la Constitución por el triunfo electoral de cinco años atrás!

