

ALTO COSTO.

Campaña para llegar a la Presidencia en las elecciones de 2009

TOMÁS SALAZAR RODRÍGUEZ

opinion@prensa.com

Todavía no comprendo por qué tenemos que gastar tantos millones de dólares en propaganda y publicidad para la campaña presidencial, si los candidatos dicen que son líderes. Lo sorprendente de esto es que ellos tienen muy claro el pasado y presente político social, responsable de cómo está nuestro Panamá.

Con solo 2.2 millones de electores no se justifica hacer este tipo de inversión. Los ciudadanos sabemos que ellos no resolverán los problemas de la pobreza (que viene desde el tiempo de Jesucristo), del alza del precio del petróleo y su efecto económico-social, de la salud, educación y, menos, el de la corrupción por la sencilla razón de que se requiere el liderazgo de servir a la sociedad que los elige para ocupar un cargo en el Gobierno”.

Cuando murió, Gandhi era lo que había sido siempre: un simple ciudadano, sin riquezas, sin propiedades, sin un título, sin un cargo oficial, sin ninguna distinción académica o realización científica. Sin embargo, todos los jefes de Estado y los líderes de todas las religiones le rindieron homenaje.

Si nos ponemos a analizar, el gasto que se hace en propaganda política se paga con nuestros impuestos, pero, al final, no superamos los problemas.

Panamá, por su característica particular de ser punto de intercambio comercial y crisol de razas, está en un permanente equilibrio económico y social, porque entre las familias se ayudan a salir hacia adelante, pero no por lo que haga el presidente y gobierno de turno.

Cuando observo las campañas electorales compruebo que, siempre, los presidenciables han sabido cuáles son los problemas de este pequeño Panamá. Entonces, ¿por qué debemos permitir que ellos gasten tantos millones de dólares, para decirnos todo lo que nosotros ya sabemos que ocurre en esta sociedad?

En ciertos medios televisivos, el costo de 30 segundos, en la hora de mayor sintonía, está alrededor de mil 500 dólares. El diario La Prensa, en la sección Panorama del 30 de septiembre del presente año, página 4A, menciona lo siguiente: “De enero a agosto los partidos políticos gastaron 9 millones 75 mil 280 dólares con 95 centésimos en anuncios publicitarios en los medios de comunicación”.

Esto es serio, pueblo panameño, para cuando lleguemos a mayo de 2009 la cifra total de gasto publicitario será exageradamente alta, y de ese gasto se beneficiarán solo los medios de comunicación. Lo más triste de todo esto es que, emocionalmente, afecta a la sociedad por la frecuencia que salen las propagandas. Al punto, que llega el momento en que uno no quiere ni ver, ni escuchar sobre los anuncios publicitarios.

Mi recomendación sería que ese dinero se utilice para investigar los temas que han venido deteriorando nuestra sociedad, y que el resultado de la investigación se emplee para contrarrestar los focos de violencia, delincuencia, accidentes de tránsito y para

fortalecer los valores cívicos y morales.

Inclusive, también, se puede utilizar para que los candidatos presenten propuestas de su plan de desarrollo nacional, a través de un aporte para las investigaciones bien sustentadas.

Ya basta de que se lancen acusaciones de un lado y del otro en los medios. Hay que hacer la campaña, pero con prudencia, porque los ciudadanos saben a quién elegirán para este periodo presidencial.

Como decía mi maestro: "Recuerden hijos su pasado, es su presente".

El autor es doctor en ciencias empresariales