

de Campaña

EL ANÁLISIS

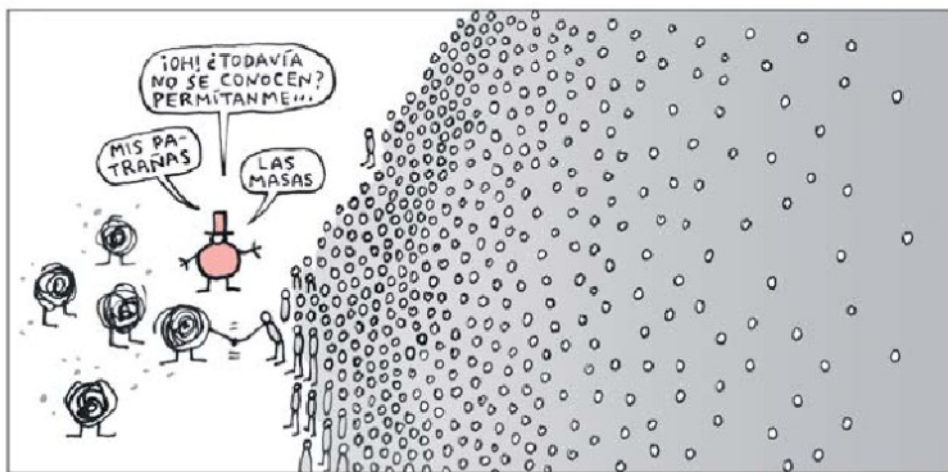
Mikel Iturbe

Ojo: Aún restan bastantes días de campaña

El debate de la televisión ha marcado un punto de inflexión en la campaña electoral, pero con dificultad servirá para decantar el voto en un sentido u otro.

EL cara a cara televisivo ha dejado un sabor agri-dulce en el PP. Los populares pensaban que Luisa Fernanda Rudi no solo se imponería con rotundidad a Eva Almunia sino que, además, «machacaría» a la candidata socialista. Esa intención no lograda contrastaba ayer con la satisfacción socialista, que lejos de hablar de vencedores y vencidos –aunque muchos respiraban aliviados tras el debate–, optaban por reflejar la diferencia de «tono y talante» como una virtualidad que habrá de beneficiar a Almunia el 22-M. Tan relajados se mostraban algunos socialistas que incluso traducían una sensación de fin de campaña. Dicen que la estrategia socialista pasa ahora por «apelar al corazón tras haber insistido en la razón», pero los días corren y aún continúan faltando respuestas. Quizá en el debate a cinco del viernes se descubran.

CON LOS OJOS DE CALPURNIO



NOTAS DE CAMPAÑA

El PSOE podrá usar la imagen del Rey

La Junta Electoral de Aragón ha desestimado la denuncia presentada por el PP el pasado viernes por la incorporación de una imagen del Rey en un vídeo de propaganda electoral de la candidata del PSOE a la presidencia del Gobierno de Aragón, Eva Almunia. El acuerdo se adoptó, según el texto, con el argumento de que «no se produce una utilización ni apropiación partidista de la figura de S.M. el Rey», que, en el citado material audiovisual, aparece junto al presidente del Gobierno de Aragón, Marcelino Iglesias. En concreto, ambos aparecen juntos en el circuito de Alcañiz, de Motorland el pasado mes de septiembre.

Ibeas y Amor, actos al ritmo de la música

La música se ha metido en el día a día de la campaña. La candidata de CHA a la Presidencia de la DGA, Nieves Ibeas, acude acompañada en cada mitin por el tambor y la gaita de Eugenio Arnao y Pepín Bello, que se encargan de interpretar el 'Bal de Benás' al comienzo de cada acto. También tiene lugar en estos mítines un sentido homenaje a José Antonio Labordeta y su Canto a la Libertad. Pero Ibeas no es la única candidata musical. La actual alcaldesa de Alcañiz y candidata de IU a esta localidad, Amor Pascual, también está llenando la calle de música y acude siempre rodeada por una batucada. Lo hizo también al mitin de Cayo Lara en Zaragoza.

De la televisión a la plaza de Santa Marta

Las candidatas autonómicas del PSOE y del PP, Eva Almunia y Luisa Fernanda Rudi, respectivamente, decidieron irse a cenar a la misma zona de tapas de la ciudad tras acabar el cara a cara en Aragón TV. Acompañadas por sus equipos de campaña, coincidieron en la plaza de Santa Marta, aunque optaron por diferentes establecimientos. Mientras Almunia disfrutaba de una terraza, Rudi permanecía en el interior de un establecimiento. Se vieron las caras de nuevo pasada la medianoche cuando la candidata popular salió a la calle. Y bromeó con la coincidencia y con el hecho de que la prensa pudiera estar al tanto de la situación.

Píldoras anticrisis: las empresas públicas



FIRMA INVITADA
EDUARDO BANDRÉS
Catedrático
de Economía

LA derecha política suele dedicar parte de su munición dialéctica a desacreditar a la empresa pública, apoyándose en la supuesta superioridad de la empresa privada en términos de eficiencia. Como en cualquier tarea humana no es difícil encontrar fallos de gestión que, aderezados con la correspondiente carga ideológica, permiten concluir en propuestas de privatización. Sin embargo, la valoración de la actividad de las empresas públicas debe guiarse por criterios más generales basados en sus efectos sobre el bienestar colectivo. De otro modo, y sensu

contrario, podría llegar a proponerse la nacionalización del sistema financiero, ante la evidencia de la desastrosa gestión en numerosas entidades. Pero no creo que ni lo uno ni lo otro sean fórmulas acertadas para afrontar el debate público-privado.

Las recomendaciones del análisis económico sostienen que no es el sector público el que debe señalar cuáles son los sectores de futuro, sino que debe dedicarse a proporcionar al sector privado factores productivos de calidad (capital humano, infraestructuras, investigación, estabilidad institucional) para que sean los empresarios quienes elijan en qué y cómo invertir. El razonamiento, en términos de asignación eficiente de los recursos en una economía de mercado, es impecable.

Pero si se aplica a una región pequeña, con escasa población y con limitada capacidad financiera y empresarial, no puede tomarse al pie de la letra.

Las empresas públicas aragonesas –dirigidas en su mayor parte por buenos profesionales provenientes del sector privado– han contribuido de forma decisiva al desarrollo de sectores estratégicos, tanto en términos económicos como territoriales, cu-

«La valoración de la actividad de las empresas públicas debe guiarse por criterios generales basados en sus efectos sobre el bienestar colectivo»

riendo así las limitaciones de la iniciativa privada. Ha sido la empresa pública (con la colaboración de las cajas de ahorro aragonesas) la que ha puesto en pie la plataforma logística más grande de Europa, la que ha convertido el sector de la nieve en un motor de desarrollo económico, la que ha sido capaz de promover un excelente parque tecnológico en Huesca o de levantar un ilusionante proyecto como la Ciudad del Motor.

Y también fue la iniciativa pública la que apostó por el sector vitivinícola o por un parque temático como Dinópolis. Por eso me permito ofrecer una píldora más, pensando en el futuro: situemos el debate sobre la empresa pública al margen de las preferencias ideológicas, evaluando con criterios económicos y sociales la idoneidad de su actuación, y proponiendo en cada caso la fórmula más adecuada (pública, privada o mixta) para alcanzar los objetivos propuestos.