

UTILIDAD DEL VOTO EN BLANCO  
14 de abril de 2014

En su última columna Eduardo Posada quiso mostrar el lado positivo del poco entusiasmo que suscita la campaña a la presidencia sosteniendo que “frente a un pasado sectario, donde la violencia política ha segado tantas vidas, la aburrición en las campañas electorales debe apreciarse como conquista”. A lo que respondemos que el problema no está en el sectarismo ni en la polarización pues si bien ésta se mantiene entre Santos y Uribe, no está aupando mayores pasiones. Al contrario, cada vez más amplios sectores de opinión la observan con desdén por lo inconducente.

El hecho es que la campaña no ha suscitado entusiasmo y la razón está en la pobreza del debate político. ¿Cómo explicar que a casi un mes de que se celebren los comicios, haya “sillas vacías” de candidatos que no ven necesario participar en los diferentes foros que se han organizado? ¿Cómo entender que entre los candidatos (as) que sí participan, el debate de ideas brille por su ausencia? Es cuestión de “táctica de marketing” dirán algunos. Pero olvidan que el “marketing político” es solo una herramienta cuya efectividad depende de la “materia prima” constituida por personas con visión de país, que por su carácter, coherencia y honestidad merezcan credibilidad; cuyas ideas y propuestas convoquen y susciten esperanza en un mejor futuro.

Y lo que está ocurriendo no deja de ser paradójico. Cuando se presenta la oportunidad, que no habíamos visto dos generaciones de colombianos, de ponerle fin a nuestro conflicto armado y emprender el reto del posconflicto tenemos una campaña tibia. El último intercambio de posturas sobre el conflicto se dio entre tres de los candidatos, alrededor de si era o no conveniente atacar a Timochenco. Y la respuesta menos vacía la dio Santos al decir “a estas alturas del proceso lo pensaría dos veces (...)”, dejando así en evidencia su déficit de estrategia. Al mismo tiempo y ante los oídos sordos de los candidatos frente a una propuesta de hacer un pacto para acatar el DIH mientras termina el conflicto, Edmundo López planteaba en este diario que si no se definían era preferible votar en blanco.

El punto a destacar es que por todo lo anterior y otras razones, han surgido varios movimientos promocionando el “Voto en Blanco” que han tenido eco hasta el punto en que, por primera vez en la historia del país, dicha opción se ha mantenido alta en las encuestas.

Se ha conformado así un “clima de opinión” real cuyo propósito es darle un “sacudón” al ejercicio de la política para que el país se vea presionado a encontrar el o la estadista que necesitamos en la presidencia. He aquí su utilidad.

Si el voto en blanco se impusiera emitiríamos un inapelable mandato ciudadano:  
**¡OTROS (as) CANDIDATOS (as) PARA NUEVAS ELECCIONES!**

Con un hecho político como sería la mayoría del “voto en blanco” ¿no habría suficiente presión para que surjan los candidatos (as) y propuestas que merece Colombia en la actual coyuntura?