

City Marketing

*“La Patria no es la tierra; los hombres
que esa tierra nutre son la Patria”.*
Rabindranath Tagore

Por: José Alfonso Suárez del Real y Aguilera

Cuando las leyes del Estado sucumben a las leyes del mercado, éstas imponen criterios antagónicos a los principios de unidad, autonomía, jerarquía y participación intrínsecos al concepto de federación que estipuló la República Mexicana desde 1824, en consonancia con los sistemas de gobierno aplicables a los Estados-Nación.

Desde ese entonces, la capital del país se definió como sede de los Poderes Federales a los que se les asignaron un territorio correspondiente a dos leguas a la redonda, partiendo de la Plaza Mayor de la capital.

Merced a la reforma política acordada entre el gobierno federal y el de la capital y promulgada el 29 de enero del año pasado, la Ciudad se sumó como entidad autónoma a las 31 entidades soberanas que conforman la Federación de los Estados Unidos Mexicanos.

Este paso tan trascendental para la República, se diluyó por la decisión de la Comisión Reguladora de Energía, la que determinó que para la aplicación del precio de venta de las gasolinas y el diésel se establecieron 83 regiones y 7 zonas de venta “en función a la distancia de cada localidad a las refinerías de Pemex o a los puntos de importación, así como los diferentes tipos de infraestructura para el transporte y distribución del combustible”.

Pese a la concentración de infraestructura urbana que caracteriza en general a la Zona Metropolitana del Valle de México, la flamante Ciudad concentra en su territorio tres regiones de precio, conformadas éstas por sus 16 delegaciones y, a pesar de que en su Asamblea Constituyente se construye con enormes dificultades la arquitectura constitucional de esta entidad autónoma, la estrategia mercadotécnica o *City Marketing*, gestada en el extranjero, se impone al trabajo constituyente y suplanta al propio órgano legislativo vigente al pretender liberar el uso de suelo para la apertura de gasolineras que reportarán pingües ganancias a las *Siete Hermanas* petroleras expulsadas por Cárdenas en 1938.

Así se interpreta la “recomendación” de la Comisión Federal de Competencia Económica a los gobiernos estatales, locales y a las legislaturas para “eliminar las restricciones regulatorias que limiten el establecimiento de gasolineras, restrinjan la competencia y favorezcan a las ya establecidas, obstaculizando la entrada de nuevas estaciones de servicio”.

La visión empresarial del gobierno federal pretende así garantizar las utilidades a esos negocios foráneos sin prurito alguno ante el acto de sumisión que ello conlleva con esas maniobras elucubradas en el club de millonarios internacionales al que Donald Trump protege en cada acción antimexicana que dicta desde su xenofóbica mente.

A quienes hablan de “huevos de oro” y de *gallinicios*, bien les haría acercarse a la sapiencia del Nobel de literatura Rabindranath Tagore, hindú que ubicó la Patria en la tierra que alimenta a quienes sobre ella viven, no en el territorio que el neoliberalismo saca a subasta.