EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

Fecha	Sección	Página
03.02.2009	Primera-Nacional	8

JORGE FERNÁNDEZ MENÉNDEZ
RAZONES
www.nuevoexcelsior.com.mx/jfernandez www.mexicoconfidencial.com

Gracias por las lecciones de civismo

Ayer hablábamos de la inaudita torpeza de los miembros del IFE, avalados por los dirigentes partidarios, que ordenaron colocar tandas de tres minutos de anuncios en medio de todo tipo de programación desde el Super Bowl hasta un concierto de Radio Educación. Ayer mismo, el IFE publicó un desplegado donde reconoce las molestias causadas por ese hecho, pero sostiene que el haber emitido los anuncios de esa forma es una responsabilidad de las televisoras y de las estaciones de radio. Es una verdad a medias que, como suele ocurrir, se convierte simplemente en una mentira completa.

Ciertamente, el IFE envió a los medios los paquetes con los anuncios hace unos días y dice algo así como que la costumbre indicaba que ellos tendrían que ir intercalados con los anuncios comerciales. Pero la diferencia consiste en que esa publicidad es una imposición discrecional del Congreso aceptada por el gobierno federal. Si alguno de los consejeros del IFE tuviera alguna somera idea de cómo funcionan la radio y la televisión sabría que, sobre todo en grandes eventos, los tiempos están comercializados desde tiempo atrás y no se pueden modificar las pautas nada más porque se le ocurrió a un consejero. En el caso de la televisión y la radio públicas, pero también en ciertos espacios privados, existen eventos que no se pueden ni deben interrumpir, como un concierto. Pero la legislación y las órdenes del IFE eran muy precisas: esos anuncios tendrían que trasmitirse en una hora determinada, tres minutos por hora cada hora del día. Y así lo hicieron los medios. Compactaron todos los anuncios (y lo seguirán haciendo) porque de otra forma se inundaría la programación con los interesantísimos anuncios de los partidos.

El tema de fondo es la impunidad con que los partidos han decidido sobre este asunto (y no es verdad que la reforma la pergeñaron tres o cuatro legisladores, como se ha dicho: fue una propuesta del PRD a la que se sumó el PRI y aceptaron tanto el PAN como el gobierno federal, para tratar de sacar adelante la reforma fiscal y la energética). Vayamos al fondo del asunto: los partidos podrán trasmitir, de aquí a la elección, 23.4 millones de *spots* utilizando tiempos oficiales o sea sin desembolsar un solo peso. Pero igual reciben dinero: será, en plena crisis, un poco más de tres mil 600 millones de pesos para este 2009. Pero el mismo IFE ha colocado límites a los gastos de campaña que alcanzan a un poco más de un tercio de esa cantidad: ¿qué harán los partidos con los otros dos mil millones de pesos? Con un punto adicional: nunca antes, ni siquiera en 2006, hubo tantos *spots* partidarios en los medios. ¿Por qué y para qué quieren los partidos cientos de miles de *spots* desde el primero de febrero si la campaña real se inicia en mayo y termina en junio?, ¿para qué anunciarse como si fueran

Continúa en siguiente hoja

EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

Fecha	Sección	Página
03.02.2009	Primera-Nacional	8

un desodorante de ambiente, si será hasta dentro de tres meses cuando apenas tendrán candidatos? Es una farsa a la que van a someter a a la población durante meses, y lo hacen sin sentido alguno.

Claro que, para personajes como el perredista **Carlos Sotelo**, presidente de la Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados, esos anuncios son más importantes que la programación televisiva o de radio, porque nos "educan". No es verdad, ni en el fondo ni en la forma, tanto que incluso las televisoras y varias estaciones de radio tratarán de emitir simultáneamente el bloque de anuncios del IFE, para evitar el tan temido *zapping*, o sea que, cuando la gente vea los anuncios cambie inmediatamente de emisora. Es, tan sólo, una tontería más que se ha visto incrementada por las declaraciones del IFE y de algunos dirigentes partidarios que quieren defender una reforma, en muchos sentidos indefendible.

Por cierto, ello no quita que esas sean las únicas tonterías que se cometen. Paradójicamente, mientras algunos dirigentes alaban sus anuncios como demostración "cívica", lo cierto es que los partidos, unos más otros menos, están en una crisis interna que los aleja cada vez más del electorado. Ayer vimos la magnitud de la crisis del PRD y sus ex aliados del PT y Convergencia. En el PRI han sido más disciplinados, aunque ha llamado la atención la presencia de muchos políticos del pasado o con un pasado político muy largo: solamente por el Estado de México están **Emilio Chuayffet**, **Manuel Cadena** (dirigente de la CTM que fue secretario de Gobierno con **Arturo Montiel**) y **Alfonso Navarrete Prida**, cuya más reciente responsabilidad fue la coordinación de todos los municipios conurbados con el DF. En Sinaloa, ha destacado el ex secretario de Finanzas, **Óscar Lara**, con un amplio respaldo de muchos grupos políticos y empresariales que lo colocan ya más que en San Lázaro en la búsqueda de la candidatura estatal en 2010. En Nuevo León destaca **Marcela Guerra**, en una de las medidas que servirán para allanar el paso a la designación del candidato a gobernador del estado, y la de **Omar Fayad**, que también lo acerca más a Hidalgo que a San Lázaro.

En el PAN destacan el regreso de **Francisco Javier Ramírez Acuña** y el registro por el Distrito 15 del DF de **César Nava**, ex secretario particular del Presidente y que quiere ser diputado por mayoría para buscar la coordinación de los legisladores del blanquiazul. Pero la pelea panista apenas comienza. Allí habrá que esperar para ver cómo se acomodan, cuando menos para la elección, las fuerzas estatales y los grupos como los de **Manuel Espino** y del ex presidente **Fox**, que quieren tener un espacio no sólo en San Lázaro sino también en las gubernaturas. San Luis Potosí es un buen ejemplo de cómo una elección que parecía ganada se torna en un volado. Pero dice el diputado **Sotelo** que ni modo: "Que se acostumbre la audiencia a que en sus programas favoritos, telenovelas o programas deportivos, van a estar apareciendo los mensajes de partidos y candidatos". Gracias por las lecciones de civismo.