



Los spots de la ira

Sus promotores en el Congreso admiten que el engendro en vigor, plagado de imprecisiones, es una especie de borrador, pero que la ley electoral "definitiva" (la que regirá las elecciones de 2012) será "mucho mejor".

Lo cierto, sin embargo, es que mucho menos peor era la ley anterior, hecha trizas por el rencor, la venganza y el oportunismo de los partidos grandulones: el PRD, por la frustración de haber perdido la elección presidencial; el PRI, por echar a los consejeros dizque "gordillistas", y el PAN por sacar adelante la reforma fiscal.

Haiga sido como haiga sido, el esperpento que regula hoy la contienda electoral es lo que dio pie al desgreñe que se traen partidócratas contra mediócratas, a causa de los antipopulares spots que se transmitieron en las dos principales cadenas televisivas, interrumpiendo los partidos de fútbol.

La Ley Federal Electoral y su reglamento de radio y tv en materia electoral se prestan a diversas y encontradas interpretaciones, de suerte que su aplicación hace temer que aumente el desencanto de los votantes hacia los políticos.

Sus detractores en los partidos y el Congreso achacan a la telecracia todos los males, a sabiendas de que los 24 millones de spots con que se despacharán de aquí al 2 de julio son peores que los más infames programas de cualquier canal.

Y así como chillaron por la transmisión cada hora de los vomitivos comerciales políticos, el gimoteo de ayer se dio porque durante ocho deportivas horas no se difundió ningún spot.

No obstante, según declaró el consejero Virgilio Andrade a la reportera Angélica Mercado, "es un avance que no se interrumpan los partidos de fútbol; eso nos regresa a cierta normalidad..."

Entrevistado por Ciro Gómez Leyva, el consejero presidente del IFE, Leonardo Valdés, había considerado "conductas atípicas" las interrupciones de los juegos. Tan "atípicas", le faltó acotar, como las generalidades que borbotean en el reglamento, por ejemplo:

De la asignación de tiempos, horarios y duración de los mensajes. 1. Desde el inicio del periodo de precampaña electoral federal y hasta el término del día de la jornada electoral, el Instituto administrará 48 minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario de programación comprendido entre las 06:00 y las 24:00 horas...

El "por cada hora" sugiere por igual que las televisoras hicieron lo correcto al interrumpir los partidos de fútbol; que pudieron administrar los spots para transmitirlos cada 45 minutos, o que debieron difundirlos cada hora y media.

Para beneficio de los televidentes, los electores y la democracia, la ley "definitiva" que venga debe estipular que los 48 minutos diarios de basura electorera pasen (y hasta se repitan), pero de corrido... entre las dos y cuatro de la mañana. ■M

cmarin@milenio.com

