

Miguel Tirado Rasso

## Reforma fallida

Como van las cosas, al menos hasta el momento, se podría afirmar que con las últimas reformas a la ley electoral ha resultado peor el remedio que la enfermedad. Y es que no bien inició el proceso, cuando los problemas ya habían comenzado. Grande y delicado el reto para las autoridades del Instituto Federal Electoral (IFE) y no menor para la instancia de revisión, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, de sacar adelante una elección sin dudas y sin conflictos.

Con ánimo de establecer un marco jurídico que salvara problemas del pasado, y muy atento a lo sucedido en la elección federal de 2006, el legislador incurrió en el olvido de una de las características de la ley, y que es la de la generalidad; porque cuando se elabora una ley pensando en casos específicos, se corre el riesgo de caer en particularidades, con lo que su aplicación resulta complicada o, al menos, muy debatida e impugnada.

El polémico caso de la transmisión de spots a través de medios electrónicos es claro ejemplo de lo anterior. Con bombo y platillo se festinó una reforma a la legislación electoral que concentraba en la autoridad, el IFE, el derecho

exclusivo a la disponibilidad de tiempos para la transmisión de spots de campaña y mensajes de la autoridad en la materia.

Un dudoso principio de igualdad entre los actores de los procesos electorales, con un claro tinte de paternalismo de Estado, servía como uno de los fundamentos de semejante reforma (que todos los partidos cuenten con las mismas oportunidades para transmitir sus mensajes, aunque su representatividad sea prácticamente inexistente).

Otra razón aludía a eliminar la *guerra sucia* en los procesos. Cándida intención, que sólo llevó hasta el extremo de prohibir la posibilidad de expresar opiniones sobre los contendientes a puestos de elección popular y que levantó, y lo sigue haciendo, una ola de protestas por considerarla una afrenta a la libertad de expresión: "Ninguna persona física o moral...podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos...", señala la fracción cuarta del artículo 49 del Cofipe. Y entonces para qué son las campañas, nos preguntaríamos.

Una razón más para la reforma que se comenta fue la necesidad de reducir los costos de campañas, para lo cual se aprovecharían los tiempos de Estado. Y efectivamente, mucho se ha dicho del alto costo de nuestros procesos electorales, así que en principio ésta parecía válida, hasta que se habló del número de spots que contendría la bolsa a repartir entre partidos y autoridades electorales: 23.4 millones que tendrían que transmitirse entre el 30 de enero y el 5 de julio, en un horario que va de las 6 de la mañana a las 12 de la noche (artículo 55, fracción primera: "Dentro de los procesos electorales federales, a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, el IFE tendrá a su disposición 48 minutos diarios en cada estación de radio y televisión). Entonces sí se vio la aberración, y de ahí los enfrentamientos y desafíos por parte de las televisoras.

Cuando tocó cumplir con el ordenamiento, y según alegan las televisoras, de acuerdo con la pauta que el IFE les entregó, resultó fácil a los concesionarios de estos medios agregar una cortinilla anunciando a su público que, por cortesía de la autoridad electoral y del gobierno, su programa favorito sería

interrumpido durante varios minutos debido la transmisión de "interesantes" mensajes político electorales. Y ahí fue donde ardió Troya. Ante las amenazas del IFE, y su queja por la interrupción de programas, las televisoras le recetaron la contra: no interrumpieron el fútbol, pero tampoco transmitieron los mensajes. Vaya desafío.

Y si bien habría que descalificar la conducta de estos concesionarios que, independientemente de que hayan incurrido en violaciones a la ley o no, demuestran una actitud beligerante y de poco respeto hacia la autoridad, ya se ve lo fallido de estas reformas. La concentración de tal número de spots poco abonará en beneficio de una mayor participación de electores en las urnas, no se corrigen los errores del pasado, y han dado lugar a nuevos problemas que darán mayores dolores de cabeza en un proceso electoral que se considera preparatorio para el de 2012. ☒

Correo electrónico: mitirasso@yahoo.com.mx

Comunicador

