

Articulista invitado
Luis Carlos Ugalde



Los errores
de la reforma
electoral / I

Los errores de la reforma electoral / I

La polémica por la transmisión de los *spots* de los partidos políticos refleja los errores de diseño de la reforma electoral aprobada en 2007: es una reforma que parte de un diagnóstico equivocado, realizada sin la consulta abierta que hubiera sido saludable y con instrumentos regulatorios erróneos.

Como lo he dicho desde que se discutía la reforma en 2007, hay dos principios que deben guiar cualquier sistema electoral: el balance apropiado entre libertad y equidad. Cuando se excede uno se daña al otro. Los legisladores leyeron mal la realidad en 2007 y concluyeron que el problema del sistema era su falta de equidad y recetaron una medicina que presuntamente la corrige, cuando es probable que la acreciente.

Veamos. La elección presidencial de 2006, con toda la polémica que la envolvió, ha sido la más equitativa en la corta historia de la democracia electoral de México. Así lo muestran los datos de gasto de campañas, cobertura noticiosa, así como los *spots* transmitidos y pagados por las campañas de Roberto Madrazo, Felipe Calderón y López Obrador. No obstante, una vez que conoció los resultados que no le favorecían, López Obrador acusaría de un fraude inexistente y alegaría que la elección había sido un "cochinero" de principio a fin.

Con esa bandera, el PRD, aliado

con un segmento del PRI, propalaron una serie de cambios a la legislación electoral para corregir la presunta inequidad del sistema. Así prohibieron en el texto constitucional las campañas negativas (que Calderón y López Obrador desplegaron profusamente en 2006); restringieron la libertad de quienes no están afiliados a partidos políticos para adquirir publicidad en radio y tv (con dedicatoria especial a los organismos empresariales); dieron acceso gratuito a los partidos a la radio y tv (principio que me parece correcto, pero fue diseñado de la peor manera). Finalmente, los propulsores de la reforma dijeron que con ella se "abarataba" el costo de la democracia, lo cual es una aseveración muy cuestionable.

Dar acceso gratuito a los partidos a los medios electrónicos me parece un principio adecuado para difundir las plataformas de los partidos y propiciar mayor equidad en la competencia. La ley electoral de 1996 era omisa en la manera como se establecían las tarifas y los métodos de compra y eso dio lugar a la discrecionalidad y el abuso. Era necesario modificar ese modelo, pero la presunta solución resultó peor por varias razones.

Primero, porque algunos partidos dijeron que ahora se independizaban de la tv, en lugar de pensar en cómo se acercaban más a la ciudadanía. En lugar de diseñar un modelo para fomentar un debate de

ideas que acercara a los ciudadanos a la arena política, diseñaron un modelo caótico de difícil aplicación que solo alejara a los ciudadanos y causará hartazgo. No pensaron en los votantes, sino en el interés de los partidos. Dar acceso gratuito es un buen principio, pero bajo un modelo que facilite su instrumentación, permita flexibilidad a las campañas de los candidatos y genere un debate fresco de ideas y propuestas.

Me explico. Primero, el modelo aprobado satura a los ciudadanos por el volumen excesivo de tiempos para publicidad política. Segundo, por su volumen se inaugura la *República del Spot*, que como ha sido evidente no contribuye a un debate informado sino a una secuencia interminable de promocionales llenos de promesas y buenos deseos, que no inyectan energía e interés a los ciudadanos. Tercero, introduce rigidez a las campañas porque pasarán muchos días entre que un candidato entregue su *spot* y que éste sea transmitido. ¿Cómo responder a la dinámica de campañas que deben reaccionar en tiempo inmediato a las circunstancias o ataques de los adversarios?

Cuarto, porque en busca de "liberar" a los políticos del presunto yugo de las televisoras, los hace más dependientes de ellas. Como los *spots* tendrán menor impacto en los televidentes por la saturación que causarán y



Fecha 16.02.2009	Sección Política	Página PP/6
---------------------	---------------------	----------------

por las restricciones de realizar campañas negativas, los noticiarios serán más relevantes para orientar el voto. El riesgo de la reforma es que estimula que la cobertura de noticias sea negociada e incluso "pagada". Varios analistas han señalado la cobertura noticiosa del jefe de gobierno del Distrito Federal, o del gobernador del Estado de México, que no corresponde al valor noticioso de sus actividades. Curiosamente, algunos partidos y políticos que han acusado a las televisoras de denigrar la reforma electoral, no han exigido explicación de la amplia cobertura de Marcelo Ebrard o Enrique Peña en horarios estelares.

Quinto, porque el modelo que ha "espotizado" a las campañas le impone al IFE una sobrecarga administrativa. El instituto está haciendo su mejor esfuerzo para convertirse en la mayor central de medios del mundo y en el mayor monitor de publicidad política que se conozca en el planeta. Los partidos han obligado al IFE a asumir una responsabilidad que debe realizar, pero cuyo propósito es cuestionable.

Reitero, el acceso gratuito de los partidos a los medios es un buen principio que podría haber "democratizado" las campañas electorales y abatido su costo, pero el engendro regulatorio que se diseñó es equivocado e insuficiente y ha

dado lugar a que las televisoras aprovechen sus inconsistencias en su propio beneficio. Varios consejeros del IFE han señalado que la ley es imperfecta e inacabada y eso ha dado lugar a los litigios que se han dado en las dos semanas previas. Con cierto cinismo e irresponsabilidad, algunos legisladores que aprobaron la reforma han dicho que ya habrá tiempo de revisar la ley para 2012 (como si una elección intermedia pudiera ser un laboratorio para "experimentar" un modelo mal diseñado).

El debate de los últimos días alrededor de las sanciones a las televisoras se ha trivializado porque se han formado los bandos de quienes piden sancionar a los poderes fácticos (sin cuestionar si la reforma electoral es buena para los ciudadanos), y entre quienes atacan la reforma por incompleta, abusiva y contra el interés público. Quienes pedían sancionar porque así se vencen a los poderes fácticos, debieran primero cuestionar si la *República del Spot* que aprobó el Congreso es benéfica y si su instrumentación es factible. Debiesen revisar si la ley que los partidos le dieron el IFE para ejecutar es completa para dirimir los litigios que ya se observan.

Es paradójico que quienes buscaban acabar con el "yugo" de las televisoras, lo fortalezcan por una

mala receta. Que quienes declararon el fin de la *telecracia*, la hayan exacerbado por la "espotización" de las campañas.

Fomentar el acceso gratuito de los partidos a los medios electrónicos es algo positivo. Cuidar ese principio requería una buena legislación, no el abuso de tiempos oficiales que hicieron los partidos. Cuidar el acceso gratuito necesitaba de una buena legislación, no de un modelo difícil de instrumentar. Curiosamente, esta ley electoral puede dar instrumentos a los enemigos del acceso gratuito para demeritarlo y obligar a su cambio en una futura reforma electoral.

El IFE está realizando su mejor esfuerzo para instrumentar la nueva reforma electoral. Con los defectos que tiene, es la ley vigente y debe cumplirse. Pero también es preciso advertir de sus errores. Y decir con claridad que el origen de las polémicas que ya se viven surge de una reforma que partió de un mal diagnóstico y que recetó una mala medicina para la democracia mexicana.

Pero los errores de la reforma podrán tener otros impactos negativos en los próximos meses. Mañana abordaremos esos riesgos. ■■

* Catedrático del ITAM. Fue consejero presidente del IFE entre 2003 y 2007.

disparos

Acerca de la elección de 2006

Ha sido la más equitativa en la corta historia de la democracia electoral de México

Acerca del acceso libre a medios

Cuidar ese principio requería una buena legislación, no el abuso de tiempos oficiales

