



Subsidio federal a

historietas chatarra

Los gobiernos de Vicente Fox y de Felipe Calderón han utilizado historietas populares, de las denominadas "basura", para difundir toda clase de campañas. Entre 2007 y 2008, al menos 15 dependencias colocaron inserciones pagadas con fondos públicos por un monto superior a 9 millones de pesos, según constató Proceso. Sin embargo, casi todas niegan la existencia de contratos con la empresa editora, fundada por Romulo O'Farrill, antiguo beneficiario de los regímenes priistas.



Continúa en siguiente hoja

Juan Pablo Proal

El *Libro Vaquero*, *El Libro Sentimental* y *El Libro Semanal*, historietas entre cuyos personajes abundan mujeres curvilíneas, de senos voluminosos y sumisas casi siempre a los deseos de personajes pedestres, han recibido financiamientos espléndidos de los gobiernos federales panistas de Vicente Fox y Felipe Calderón.

Al menos 15 dependencias han pagado más de 9 millones de pesos a NIESA Editores, empresa fundada por Rómulo O’Farrill y que recibió como herencia su hijo José Antonio O’Farrill. Se trata de un sello que celebra contratos bajo razones sociales diversas, como Nueva Impresora y Editora Mexicana (que edita las historietas), Impresora y Editora Mexicana o una de insólito nombre: Precisión en Cobro de Cuentas.

Las secretarías de Gobernación, Hacienda, Energía, Relaciones Exteriores, Comunicaciones y Transportes, Desarrollo Social y de Medio Ambiente, así como el IMSS, Pemex, el Inegi, la **Conagua**, el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, Telecomunicaciones de México, la Consar y el Fonhapo anuncian sus programas en las páginas de esas historietas.

Sin embargo, la mayor parte de esas dependencias federales, con excepción de Telecomunicaciones de México y del Fonhapo, niegan haber patrocinado a las tres publicaciones semanales. Es el caso de la Semarnat, no obstante que su propaganda aparece en varios números de las tres historietas; lo mismo Pemex, que firmó contratos de adjudicación directa por más de 1 millón 200 mil pesos pero cuya existencia también niega.

De acuerdo con estimaciones del reportero, elaboradas con base en la revisión de las historietas, facturas y contratos ubicados en los portales de Obligaciones de Transparencia, el gobierno federal pagó 9 millones 117 mil pesos para contratar los espacios referidos.

Un libro muy macho

Dos para la venganza es el título del número 1413 de *El Libro Vaquero*, que estuvo a la venta en noviembre de 2007. En su trama se privilegian el triángulo amoroso, el sexo y la violencia, como en buena parte de esas historietas.

En ese mismo número, el IMSS contrató publicidad a color dirigida a prevenir la obesidad, Telecomunicaciones de México promovió el uso del giro telegráfico, Hacienda publicó un anuncio enfocado a las cajas de ahorro y la Secretaría de Relacio-

nes Exteriores (SRE) hizo propaganda a su programa de protección consular.

No obstante, oficialmente tanto el IMSS como la SRE sostienen que jamás se han anunciado en *El Libro Vaquero*.

En enero pasado, **Proceso** adquirió los ejemplares de *El Libro Vaquero*, *El Libro Sentimental* y *El Libro Semanal* desde agosto de 2007 hasta diciembre de 2008, y solicitó a NIESA los precios de sus anuncios y costos de sus encartes. Adicionalmente, entre octubre de 2008 y enero pasado se enviaron más de 40 solicitudes de información a todas las dependencias que se anunciaron en esas historietas para cotejar los pagos hechos a la empresa de O’Farril.

Adriana Mendoza, coordinadora comercial de NIESA, proporcionó en un correo electrónico las tarifas de la revista musical *R&R*, otro negocio de la casa editorial, correspondientes a 2009. Luego precisó que el costo de los anuncios es el mismo en cualquiera de las publicaciones de la compañía.

En su tabulador, los precios de este año se establecen en paquetes de dos publicaciones. Así, dos anuncios en la contraportada de *El Libro Vaquero*, *El Libro Sentimental* y *El Libro Semanal* costarían 51 mil pesos; en segunda y tercera de forros, 48 mil 700; en las páginas interiores, 45 mil 900; media plana, 27 mil 800; columna, 23 mil 50, y pilastra, 15 mil 350. A estas cifras aún falta agregarles 15% del IVA.

Por estos paquetes de dos inserciones se ofrece un descuento de 5%, pero si se contratan cuatro la rebaja es de 15% sobre las tarifas normales.

En una revisión de las historietas adquiridas se encontraron 23 anuncios del IMSS, 17 de la SCT, 15 de la SRE, 12 del DIF, 10 de la Semarnat, seis de la Segob y la Sener en cada una y tres de la Sagarpa. Además la Sedesol, la SHCP, el Inegi y el Fonhapo se anunciaron, cada cual, en una ocasión.

La propaganda oficial aborda diversos temas: desde la regularización de propiedades hasta el programa Piso Firme; la prohibición de la tala clandestina; planificación familiar e información preventiva en torno a la diabetes y la obesidad; consejos en caso de sismos; datos en cuanto al uso de giros telegráficos; promoción del plan Vivienda Digna; tips para la elaboración de testamentos; detalles sobre la portabilidad numérica; recomendaciones para actuar en temporada de lluvias; servicios de los consulados mexicanos, información del horario de verano, estancias infantiles y migración, entre otros.

Si bien celebra contratos con razones sociales distintas, la empresa de O’Farril sólo está inscrita en el Padrón Nacional de Medios Impresos bajo la denominación

Nueva Impresora y Editora Mexicana, registrada en Michoacán.

A las dependencias anunciadas en las historietas se les pidieron los contratos realizados con cualquiera de las razones sociales con las que solicitaron inserciones en las publicaciones de NIESA Editores, pero la mayoría respondió que en sus archivos no existe información alguna al respecto.

De acuerdo con un cálculo aritmético basado en el cotejo entre cada anuncio publicado entre 2007 y 2008 y las tarifas de 2009 proporcionadas por la editorial, las dependencias citadas desembolsaron 2 millones 449 mil 550 pesos a precios vigentes. Pero si se contrastan los portales de transparencia de las mismas instituciones, éstas registran pagos que rebasan 9 millones de pesos.

¿Piratas o vaqueros?

En la solicitud de información 061210000 0709, dirigida a la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Consar), el organismo reconoce la existencia del contrato CONSAR/096/200, del 30 de octubre de 2006, por un monto de 427 mil 872 pesos. El concepto: “servicios de inserción de 312 mil 316 encartes en el suplemento de la revista de *El Libro Vaquero*”, sin ninguna otra especificación. Esto es, pagó un peso con 32 centavos por cada encarte.

Sin embargo, la coordinadora comercial del grupo editorial informó que en enero de 2009 el encarte a color, en papel couché, tenía un precio de sólo 48 centavos por unidad en esa publicación. Es decir, Consar pagó 2.75 veces más que la tarifa pública proporcionada a **Proceso**.

En 2007, la Comisión Nacional del Agua (**Conagua**) erogó 955 mil 443 pesos por el mismo concepto de “inserción en revistas *Vaquero* y *Libro Semanal*”, según consta en su portal de Obligaciones de Transparencia.

Más irregularidades: Pemex respondió a nueve solicitudes de información pública (incluidos sus organismos subsidiarios Refinación, Exploración y Producción y Petroquímica), y aseguró que jamás se anunció en las publicaciones de O’Farrill.

No obstante, durante el período en que se discutió la reforma energética propuesta por Calderón, la “Gerencia Corporativo de Comunicación Social” (*sic*) de Pemex celebró tres contratos con Impresora y Editora Mexicana, S.A. de C.V., y uno más con Nueva Impresora y Editora, S.A. de C.V., por un total de 1 millón 264 mil 845 pesos con 22 centavos, todos mediante adjudicación directa.

El sitio de Obligaciones de Transparen-

Fecha 05.04.2009	Sección Revista	Página 56
----------------------------	---------------------------	---------------------

cia de la paraestatal y el área de Comunicación Social de la misma refutan las respuestas obtenidas mediante el sistema de acceso a la información pública, Infomex.

En abril de 2008, Pemex realizó dos contratos por adjudicación directa, uno con Nueva Impresora y Editora, S.A. de C.V. (4400089997), y otro con Impresora y Editora Mexicana, S.A. de C.V. (4400091353), ambos por la misma cantidad: 39 mil 22 pesos con 61 centavos.

En el contrato 4400092565 de mayo de 2008 se detalla que la "Gerencia Corporativa de Comunicación Social" asignó 420 mil pesos por "adjudicación directa" a Impresora y Editora Mexicana, S.A. de C.V., sin especificar en qué consiste.

Al mes siguiente, Pemex adjudicó contratos por 766 mil 800 pesos por "espacios de difusión *Libro Vaquero*" (*sic*) mediante el contrato 4800004360.

Proceso solicitó a Pemex que justificara la elección de *El Libro Vaquero* para difundir propaganda. En un correo electrónico de una cuartilla, la subgerente de Información y Comunicación Interna de la paraestatal, Martha Avelar Villegas, respondió que los criterios de selección obedecen a que la publicación semanal "es un medio certificado, tiene alta circulación pagada, tiene cobertura geográfica nacional y tiene un perfil del lector que corresponde con la población objetivo de la campaña de difusión".

Sin embargo, la Dirección de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación la cataloga distinto: *El Libro Vaquero* no circula en todo el país, sino únicamente en 12 estados y el Distrito Federal, así como en algunas zonas de Estados Unidos, El Salvador, Honduras y Nicaragua.

La ficha 277272, contenida en el Padrón de Medios de la Segob, identifica como hombres a 65.56% de sus lectores, y al resto como mujeres. Poco menos de la tercera parte de quienes adquieren esta publicación (31.11%) sólo estudió la primaria.

Hay más inconsistencias. El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) niega haberse anunciado en las publicaciones del sello NIESA Editores. Sin embargo, en *El Libro Semanal* y en *El Libro Vaquero* el IMSS adquirió nueve espacios en cuarta de forros; 11 en segunda o tercera de forros, y tres planas completas en interiores.

Tan sólo en *El Libro Semanal* mandó publicar 14 anuncios entre los números 2666 y 2703. La propaganda tiene como

fin prevenir la obesidad y la diabetes.

El 21 de noviembre de 2008, **Proceso** solicitó la relación de contratos del IMSS con NIESA Editores, una de las cuatro razones sociales que utiliza la empresa. La dependencia respondió que no existía dicha información.

A una segunda solicitud, archivada con el número 0064100024009, el IMSS contestó que tampoco se había anunciado con Nueva Impresora y Editora Mexicana:

"Se realizó un búsqueda exhaustiva en los archivos de la División Normativa de Adquisiciones, de la Coordinación de Adquisición de Bienes y Contratación de Servicios y la Coordinación de Comunicación Social del IMSS, sin embargo no fue posible localizar la información que usted refiere" (*sic*), respondió la Unidad de Enlace el 5 de marzo.

Un caso idéntico es el de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat). La dependencia se anunció en cuatro ediciones de *El Libro Vaquero*, correspondientes a los números 1438, 1439, 1455 y 1456. Tres de los anuncios fueron publicados en páginas interiores y uno más en forros. Trataban de la tala clandestina y los riesgos de las inundaciones en temporada de lluvias. En *El Libro Semanal* se anunció dos veces en contraportada y una en forros. Y pagó tres contraportadas en *El Libro Sentimental*.

En respuesta a tres solicitudes de información, la Semarnat aseguró que no hay registros de contratos con ninguna de las cuatro razones sociales con las que factura la empresa de O'Farrill, cuyo padre también fue beneficiario de los antiguos regímenes priistas.

En la última de las respuestas, del 2 de marzo pasado, declaró:

"Después de una búsqueda exhaustiva en la base de datos de la Dirección de Adquisiciones y Contratos, la cual contiene información desde el año 2005 a la fecha, no hay registros de contratación alguna con las empresas denominadas Impresora y Editora Mexicana, S.A. de C.V.;

Precisión en Cobro de Cuentas, S.A. de C.V.; Nueva Impresora y Editora, S.A. de C.V., y NIESA, S.A. de C.V."

En el caso de Telecomunicaciones de México, el contrato CONT_134/2008 con Impresora y Editora Mexicana, del 30 de julio de 2007, por concepto de seis anuncios en contraportada en *El Libro Vaque-*

ro, ascendió a 141 mil 450 pesos. Hoy, esos mismos anuncios costarían 153 mil pesos, más IVA.

El vaquero Fox

"No lean periódicos", recomendó Vicente Fox a habitantes de una colonia popular de Coahuila en noviembre de 2005. El mandatario alegaba que, en lugar de ayudar, la consulta de diarios perjudica a los ciudadanos. Pero su gobierno no veía con malos ojos las historietas de mujeres semidesnudas, infidelidades, asesinatos e intrigas de recámara.

Una muestra es el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, que celebró un contrato con Nueva Impresora y Editora, S.A. de C.V., por 1 millón 150 mil pesos el 1 de noviembre de 2005. El concepto fue un "Custom Publishing en 32 páginas, en papel diario incluyendo forro de papel couché de 125 gramos con medidas de 13 centímetros de ancho por 14 de alto, el contenido incluía dibujo, embolsado y encartado", según respondió en la solicitud 0441000000209, atendida el 20 de enero de 2009.

En otro caso, la SHCP celebró el contrato AD130/2005 con Nueva Impresora y Editora, S.A. de C.V., por 966 mil pesos, por un "Custom Publishing" en *El Libro Vaquero*. Por su parte, la **Conagua** registra en su portal de Obligaciones el contrato CS-1120-86 con Impresora y Editora Mexicana, S.A. de C.V., por 44 mil 877 pesos; la contraprestación fue una "inserción en *El Libro Vaquero*".

El 10 de octubre de 2003, Luz y Fuerza del Centro acordó pagar 710 mil 700 pesos (IVA incluido) por concepto de "Servicio de publicidad a través de 400 mil encartes distribuidos en *El Libro Vaquero* para difundir la campaña denominada Recuperación de Pérdidas de Luz y Fuerza del Centro".

Nuevamente, el costo reportado rebasa, por mucho, los precios indicados en el tabulador de NIESA correspondiente a 2009.

Entre tanto, la Secretaría de Energía gastó en 2005 un total de 159 mil 180 pesos por 13 publicaciones. Y 28 mil 224 pesos al año siguiente por concepto de promoción del horario de verano.

Además, la Secretaría de Salud tiene entre sus proveedores a NIESA, aunque no detalla en su portal de Obligaciones de Transparencia cuánto dinero ha pagado a esta empresa. ☐