

SARMIENTO

Por la cantidad de mensajes que tendrá la campaña electoral ésta se convierte en adoctrinamiento.

JAQUE MATE

Lavado de cerebro

SERGIO SARMIENTO

"Si cuentas una mentira lo suficientemente grande y la repites, la gente terminará por creerla".

Joseph Goebbels

Dicen las encuestas que la mayoría de los mexicanos ahora sí saben que vamos a tener elecciones el próximo 5 de julio. Los políticos presentan este hecho como un éxito en la agobiante campaña de publicidad del IFE y los partidos desde principios de este año. Yo me pregunto, empero, si realmente es un gran logro que la gente sepa que va a haber elecciones tras la brutal campaña de propaganda que hemos sufrido los mexicanos.

En la contienda presidencial de 2006, el IFE registró 755 mil spots con propaganda electoral en radio y televisión. Ahora la legislación ha autorizado —sin contar internet, pancartas, espectaculares, bardas, impresos, periódicos, revistas, camisetas, gorras y demás— 234 millones de spots.

Nunca en la historia de la humanidad ha habido una campaña de publicidad tan intensa. Un estudio de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión señalaba, al concluir la precampaña, el 11 de marzo, que cada hombre, mujer y niño ha sufrido más de 500 impactos. Ni las mayores campañas del mundo pueden aproximarse siquiera una porción de este total. No se trata, por otra parte, de un intento por debatir ideas. La misma legislación lo impide, ya que prohíbe la propaganda que no sea en formato de spot o los cuestionamientos a candidatos o partidos rivales.

Los mexicanos estamos siendo sometidos a una verdadera campaña de

lavado de cerebro, peor que las registradas en los peores regímenes autoritarios. Ni la Alemania nazi ni la Unión Soviética estalinista tuvieron campañas de adoctrinamiento que se acercaran en frecuencia y alcance a la que hoy estamos siendo sometidos los mexicanos. Los legisladores justificaron este asalto a la razón diciendo que estaban copiando el sistema electoral europeo. Al parecer nunca han estado en ningún país europeo en tiempos electorales, en muchos de los cuales no se permite un solo anuncio electoral.

Lo peor de todo es que la avalancha todavía no comienza formalmente. Los legisladores, en su sapiencia, afirman haber cortado la duración de las campañas. Establecieron una "precampaña" que se extendió del 31 de enero al 11 de marzo. Su presunto propósito era que los ciudadanos conociéramos a los aspirantes a las candidaturas de los partidos. Pero ¿a cuántos de esos suspirantes pudo usted conocer después de cientos de impactos de propaganda en radio y televisión? La verdad es que los propios partidos violaron la ley que ellos impulsaron y aprovecharon la precampaña para hacer campaña.

Por si eso no fuera suficiente, los mensajes han sido contradictorios. Durante meses escuchamos insistentemente: "Si es cero tres, renueva". Hoy nos dice la propaganda que si tenemos una credencial de elector del 2003 podemos votar con ella. Y todos aquellos que se apresuraron a hacer el cambio tras la insistencia de los primeros spots, no han recibido ni siquiera un "Perdón, me equivoqué".

Quizá la inclemente avalancha de spots ha hecho que la mayoría de los mexicanos estemos ya conscientes de que el próximo 5 de julio tendremos elecciones. En la campaña formal que comienza el 3 de mayo se multiplicará el ataque. Pero yo me pregunto si este monumental dis-



Fecha 22.04.2009	Sección Primera - Opinión	Página 14
----------------------------	-------------------------------------	---------------------

pendio de valioso tiempo de medios ha tenido algún otro beneficio. ¿Qué profundas nuevas ideas hemos aprendido? ¿Que si no votas por quien ya sabes te vamos a quitar lo que ya sabes?

◆ VENTA DE DÓLARES

El Banco de México vendió ayer 3,221

millones de dólares a bancos y entidades financieras de los 4,000 millones que ofreció.

La acción permitió un fortalecimiento del peso, lo cual es positivo, porque una manera en que la crisis internacional ha ingresado a nuestro país ha sido a través de la devaluación del peso. Lo único que

inquieta es que los dólares que se vendieron no eran del Banco de México sino de la Reserva Federal, obtenidos a través de un *swap* o intercambio. En otras palabras, estamos vendiendo dinero prestado.

Página en internet: www.sergiosarmiento.com