



Juan Ignacio Zavala

La ley a prueba

En medio de todo lo que pasa, lo que viene y va en estos días, se asoma una idea común, algo que todos los partidos pueden compartir: la ley electoral no pasa la prueba, está para la basura.

Cierto es que los partidos aprobaron la ley, pero a la luz de la distancia se puede apreciar que bien a bien no hubo la atención debida en todos los detalles. Pareciera que lo importante en ese momento era el espíritu de la ley más que los puntos finos de la misma. No hay partido que no esté sufriendo el desplante legislativo de entonces.

El asunto de los *spots* ha resultado un problema mayúsculo para todos: para los partidos, para el IFE, para los medios y, peor aun, para los ciudadanos. Para los partidos porque los tiempos son absurdos. Entregar con quince días de anticipación un comercial significa perder "el momento" comunicacional oportuno, obliga a producir mensajes generales e impide que se pueda contestar una desinformación o un ataque propagandístico y hace aparecer a los partidos como fuera de la realidad que se vive, ya que como vimos en dos semanas pasan muchas, muchísimas cosas. Para el IFE el problema es que está convertido en una lenta y pesada agencia encargada, entre otras cosas, de colocar los comerciales en los medios respectivos de todo el país con la problemática de que a la fecha no han podido hacer lo que deben en el tiempo correcto. Las quejas no se han dejado esperar, y los partidos han visto disminuir el número de *spots* que les corresponden. Para los medios el problema radica en andarse con cuidado si no pasan los *spots* a la hora, minuto y segundo en que quedó estipulado, como sucedió al principio de la campaña, sin importar la programación. Y finalmente los ciudadanos que sufren un alud de *spots* con mensajes descontextualizados, mal segmentados que hacen, por ejemplo, que en un

programa infantil salga un anuncio a favor de la legalización de las drogas. La falta de movilidad por los tiempos de entrega, la "subida" y "bajada" de un *spot*, provoca que los comerciales se vean hasta la náusea.

Por otro lado, la limitación de la libertad de expresión es un asunto gravísimo que está poniendo al país en una verdadera situación de ridículo internacional, ya que sólo aquí se debate si censura internet o no. En otros países como China con dictaduras del corte ni siquiera se debate, se censura y ya. La idea promovida por el PRI de meterse a controlar los contenidos de internet es la muestra más clara de que a ese partido lo que le interesa es controlar la vida de los demás: lo que deben ver y lo que no, lo que se debe opinar y lo que no. Todo esto solamente ha servido para que el PRI, a la menor provocación, saque su vena autoritaria y para dar soporte a la oligofrenia de la señora Alanís, presidenta del TEPJF, en sus balbuceantes defensas del partido de su juventud. ■■

juanignacio.zavala@milenio.com

La nueva ley electoral ha sido un lío.

El asunto de los *spots* ha resultado un problema mayúsculo para todos: para los partidos, para el IFE, para los medios y, peor aún, para los ciudadanos

