

■ Para radio y tv, la mayoría de fondos; Televisa y Tv Azteca se quedaron con \$130 millones  
**Costó \$209.9 millones la campaña del gobierno sobre ventajas de extinguir LFC**

■ **FABIOLA MARTÍNEZ**

El gobierno federal gastó 209.9 millones de pesos sólo en la campaña informativa en medios de comunicación para difundir las supuestas ventajas de la extinción de Luz y Fuerza del Centro (LFC). La mayor parte de los recursos se entregaron a los medios electrónicos (televisión y radio), y el resto a publicaciones escritas. Únicamente a las dos principales televisoras se pagaron poco más de 130 millones.

Esa cantidad, erogada tras el decreto presidencial del 11 de octubre de 2009, es casi igual a la que se destinará para el pago de prestaciones devengadas (aguinaldo y fondo de ahorro) para poco más de 16 mil trabajadores en resistencia.

Ese sector de electricistas debió gestionar el pago de sus prestaciones en las negociaciones con el gobierno, después de haber interpuesto una demanda ante la Procuraduría General de la República, entre diciembre y enero pasados. Fue el viernes de la semana que concluye cuando se alcanzó un acuerdo en la mesa de negociaciones que mantienen el gobierno federal y el Sindicato Mexicano de Electricistas para tratar de encontrar una solución al conflicto derivado de la extinción de LFC.

**Más y más recursos**

Los 209.9 millones de pesos en publicidad federal se suman al gasto de más de mil millones

que fueron aplicados para suplir la prestación del servicio que otorgaba LFC en la zona centro del país.

Como difundió *La Jornada* el lunes pasado, la Comisión Federal de Electricidad celebró desde la fecha de extinción de LFC a marzo pasado, es decir, apenas en cuatro meses, al menos 505 contratos con empresas privadas para suplir las funciones de LFC.

La información difundida reveló que las contrataciones son trimestrales y que se asignan de manera directa, con el argumento de que es necesario brindar el servicio de manera inmediata a los usuarios del área central.

Dicho gasto —más de mil millones de pesos— es sólo parte de todo lo canalizado tras el cierre de LFC. De acuerdo con datos obtenidos por conducto del Instituto Federal de Acceso a la Información (solicitud 0681200004210), los gastos en medios están en el rubro de la campaña para comunicar a los ex trabajadores de Luz y Fuerza los procedimientos y fechas para recibir su indemnización.

También se hizo para dar a conocer a la ciudadanía los motivos que llevaron al gobierno federal a tomar esa decisión y, de igual forma, hacer saber a los usuarios la forma en que ahora recibirán y pagarán por el suministro de energía eléctrica.

Los datos fueron proporcionados en respuesta a una solici-

tud de información pública por la Dirección del Servicio de Administración y Enajenación de Bienes, en particular por las direcciones Corporativa de Operación y Ejecutiva de Liquidación de Empresas.

Consultados al respecto, trabajadores y jubilados de LFC lamentaron la decisión presidencial, pues no sólo dejó sin empleo a 44 mil personas, sino que representó un millonario gasto para el gobierno federal en detrimento de otras necesidades de la nación.

“El millonario gasto para hacer frente a la extinción es prueba de los argumentos falaces del gobierno con base en los cuales se impulsó una campaña de desprestigio contra el SME”, advirtieron.



Asamblea del SME en la delegación Azcapotzalco, en la cual se informó sobre abusos en cobros ■ Foto Francisco Olvera

