



Transiciones

VÍCTOR ESPINOZA VALLE

El reto

La democracia mexicana es frágil y reconoce en los procesos electorales su verdadera columna vertebral.

A diferencia de otras experiencias internacionales, la nuestra careció de los grandes acuerdos entre los actores que hubieran permitido una meta en común: El transitar hacia una nueva institucionalidad.

Y quizá no hubo acuerdos, porque tampoco hubo un gran acontecimiento que los obligara, como por ejemplo la muerte de Francisco Franco en España o la caída del Muro de Berlín en los países del Este.

Fue una larga acumulación de reformas electorales lo que condujo nuestra singular transición. Por eso la historia nos sigue pasando la factura; por eso la Reforma del Estado sigue esperando, por eso seguimos posponiendo los verdaderos cambios, por eso la fragilidad democrática.

Ante la reforma electoral derivada a su vez de la reforma constitucional de noviembre de 2007, los medios electrónicos se sintieron agraviados. Se habían acostumbrado a recibir grandes cantidades de dinero producto del financiamiento público a los partidos políticos.

Casi el 60% de éste lo recibían los concesionarios a través de la compra de spots. La reforma, al igual que sucede en

países como Francia o España, estableció la prohibición expresa para contratar publicidad electoral a las personas físicas o morales. Por eso el enojo; por eso su argumento de que se atentaba contra la libertad de expresión.

La promoción de candidatos sólo podrá hacerse a través de los tiempos oficiales administrados por el Instituto Federal Electoral, que en total equivalen a 48 minutos en el lapso de las 6 a las 24 horas en cada una de las emisoras.

Cabe aclarar que esos minutos son cedidos al IFE por el Estado en administración durante el tiempo que duren las precampañas y las campañas electorales.

Los concesionarios no cedieron más tiempo del que ya tenían contemplado. La transmisión de spots es de dos a tres minutos por hora; sin embargo, este domingo 1 de febrero las televisoras por decisión propia decidieron interrumpir las transmisiones del Super Bowl y del fútbol soccer para difundir bloques de hasta seis spots, agregando que se trataba de una disposición del IFE, con la lógica irritación de los televidentes.

Resulta evidente que la decisión de los concesionarios fue protestar contra lo que consideran una injusticia: El verse privado de los cuantiosos recursos que los partidos políticos les transferían, preferentemente durante el proceso electoral.

Pero a la vez, utilizando su penetración, enfrentar al público con la autoridad electoral.

Eso es sumamente preocupante. El hecho no debe minimizarse.

Después del evento he escuchado a periodistas decir que simplemente se trató de una "travesura" de las televisoras. Que no hay por qué irritarse.

El hecho que el principal medio por el cual los mexicanos "se informan" decida retar a la máxima autoridad electoral no es cualquier cosa. Si el objetivo es deslegitimar al IFE y tensionar el proceso electoral para obligar a una marcha atrás en el renglón de transferencias monetarias, me parece inmoral, para decir lo menos.

Hay una queja generalizada acerca del financiamiento que reciben los partidos políticos. Es comprensible, sobre todo en un momento tan grave como el que vive nuestra economía.

Sin embargo, el IFE sólo aplica lo estipulado en el Cofipe, que justamente en su Artículo 78 establece la fórmula de distribución de los recursos.

Al IFE solamente le corresponde la aplicación rigurosa de la ley. Pero si aparte de que la gente piensa que el alto costo de las elecciones es responsabilidad del órgano electoral y además los medios electrónicos hacen creer que la interrupción de sus programas favoritos se debe a las disposiciones del IFE, los resultados pueden traducirse en una mayor apatía ciudadana e incrementar la abstención (en las pasadas elecciones intermedias de 2003 se situó en un 58.32%).

Pero no sólo es eso: Debilitar a la columna que sostiene el precario equilibrio democrático de nuestro País, es una apuesta sumamente riesgosa e involutiva.

El autor es analista político e investigador del Colef.
correo: victorae@colef.mx