

La danza empieza

Rolando Cordera Campos

Con las reservas y las rebajas del caso, es claro que la democracia es generosa con los medios de información masiva. Según su informe voluntario al IFE, el licenciado Santiago Creel erogó 23 millones 984, 750 pesos en publicidad en radio y televisión entre el 15 de junio y el 11 julio, de los cuales tocaron 12 millones y medio a Televisa, 6 millones 813 mil a Tv Azteca y el resto a las radiodifusoras. El precandidato panista informó también que en ese lapso obtuvo ingresos por 2 millones 387, 220 pesos y gastos de (pre) campaña en viáticos, transporte, gastos de operación por un millón 790 mil pesos (Claudia Herrera, La Jornada, 22/07/05, p. 7).

Según estimaciones de Ciro Murayama (Nexos, 331, 07/05, pp.45-56), los dineros de la política electoral tienden a irse en su mayor proporción al pago de publicidad y propaganda en medios electrónicos. En el año 2000, nos informa, el 54% del gasto electoral se concentró en prensa, radio y televisión, un equivalente a mil doscientos millones pesos. Para 2006, con un gasto total poco superior a los cuatro mil millones de pesos, sumados los gastos de campaña y los de “actividades ordinarias”, Murayama estima que alrededor de 200 millones de dólares serán transferidos a los “consorcios mediáticos” desde los partidos políticos. El grueso de esta suma provendrá, como es sabido, de los recursos fiscales destinados a financiar la política democrática.

Pero, según nos informa El Universal, parece ocurrir también lo contrario: que los medios electrónicos se muestren generosos con los políticos. De acuerdo con las investigaciones de ese diario, los costos por minuto o segundo de los spots y demás rubros de la propaganda electrónica reportados por los “panistas con Santiago” son muy inferiores a los que serían de tomarse en cuenta las tarifas corrientes anunciadas por las compañías televisoras. “De acuerdo con mediciones de la empresa Verificación y Monitoreo, a petición de El Universal, en ese mismo lapso los *spots* de Creel en televisión y radio habrían tenido un valor de 130 millones 780 mil 988 pesos, según las tarifas publicadas en el Directorio de Medios Audiovisuales. Los costos revelados por Creeel, escribe Alejandro Torres, serían menos del 20% del cálculo de 130 millones de pesos (El Universal, 22/07/05, pp.1, 10).

Al parecer, estas rebajas no son desusadas y revelan en todo caso los muchos vericuetos de la negociación en este mercado donde plazos, tiempos disponibles y conjeturas oligopólicas se dan la mano hasta obligar al desarrollo de una nueva disciplina de las ciencias políticas: la ingeniería mediático electoral. El dinero, como sea, suena y no deja de sonar incluso cuando sus portadores se declaran “brujas”.

El seis de julio, Felipe Calderón, aspirante panista, presentó su documentación al IFE y supongo que a la dirección de su partido, pero según El Universal no reveló a los medios informativos el monto de lo erogado. Jorge Castañeda, por su parte, informó que hasta el 15 de julio llevaba gastados 35 millones de pesos y Everardo Moreno, el convidado de piedra del PRI, reportó que entre 2003 y julio de 2005 había gastado 5 millones de pesos. Se nos informa también que la próxima semana se dará cuenta de las finanzas de la Fundación Carlos A. Madrazo y que el senador Borrego está a la espera de los informes respectivos de los contendientes de la Unidad Democrática. Todo sumado, con

todo y rebajas, nos dará una idea aproximada si no de la riqueza nacional acumulada sí del pesoducto infame que nos espera en la campaña presidencial propiamente dicha.

Poco o nada sabemos del origen de los dineros erogados en estos entremeses de la sucesión. Varios de los competidores han optado por pedirle al capítulo mexicano de Transparencia Internacional que vigile o atestigüe sus operaciones. pero de continuar las cosas como van se corre el peligro de que con cargo a Transparencia Intl., se imponga una opacidad que sirva de precedente al peor de los escenarios: que en la disputa formal y legal por el poder presidencial mexicano se imponga el dinero privado sin cortapisas y ahora sí sin la esperanza de que después del niño ahogado un IFE debilitado y dejado a su suerte por sus principales beneficiarios (los partidos) pueda por lo menos ofrecernos el consuelo de sus investigaciones sobre los “Amigos de quien sea”, con sus multas y regaños del todo insuficientes para subsanar el terrible desgaste que ello implicaría para nuestro sobre explotado tejido político-electoral.

Poderoso caballero, sin duda. Capaz de todo hasta de corroer un sistema político apenas nacido que fue considerado por muchos transitólogos itinerantes como ejemplar...hasta que llegaron los transitócratas y mandaron a parar.

De las faldas y sus escándalos habría que ocuparse en la sobre mesa. Lo que tenemos enfrente, en un contexto de desolación social, laboral, de ingresos y desigualdad, con esta majadera feria de “dinero para la democracia” nos da para varias décadas.