https://www.elcorreo.eu.org/El-gasto-de-las-contracampanas-en-Mexico

El gasto de las contracampañas en México.

- Les Cousins - Mexique -

Date de mise en ligne : mercredi 24 mai 2006

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Por Teodoro Rentería Arróyave *
Alai-Amlatina. Perú, 24 de mayo de 2006.

Una de las estrategias mas usadas en el actual proceso electoral, que después de la experiencia del que tuvo lugar hace seis años se consideraba iba a ser el más democrático y que está resultando de los más sucio, es el gasto enorme en radio y televisión en lo que se ha designado como las contracampañas. Es decir el ataque por medio de spots a los contrincantes políticos. En este renglón, no se necesita ser un sabio para advertir que la mayor inversión en ataques al adversario político es del Partido Acción Nacional y de su candidato, Felipe Calderón Hinojosa. Baste un solo rubro : en radio, Calderón ha gastado en la contracampaña más de veinte seis millones de pesos, gasto igual al que ha destinado Andrés Manuel López Obrador para su campaña regular. De ahí que no nos sorprenda la anunciada Alianza Política entre los primos hermanos, los Partidos de la Revolución Democrática y el Revolucionario Institucional, confirmada por el propio ex jefe de Gobierno capitalino en la carta enviada al presidente, Vicente Fox Quesada.

Desde luego que a todo esto se le debe sumar al PAN la contracampaña ideada, dirigida y llevada al cabo desde Los Pinos y la muy personal del propio Vicente Fox, que por cierto anunció que cesarían a partir de la víspera, aunque los actores políticos sin dejar de considerar que el sólo mensaje presidencial es un avance, guardan muchos recelos respecto a su cumplimiento.

El Grupo de Observación Ciudadana y Análisis Político, según informó su portavoz, Eduardo Sadot Morales Figueroa, surge de la inquietud de comunicadores, académicos de la Universidad Nacional Autónoma de México, del Instituto Politécnico Nacional, del Instituto Tecnológico Autónomo de México y de la Universidad Autónoma Metropolitana, así como de varias empresas especializadas, y al dar a conocer este su primer estudio, aseguran, es con el deseo de contar con instrumentos confiables, imparciales y objetivos del comportamiento de los diversos actores políticos y candidatos presidenciales, desde la perspectiva de los medios de comunicación, para compartirlo con especialistas comunicadores y sociedad en general.

Las datos son verdaderamente reveladores de lo que ya se advertía : son una especie de comprobación de lo denunciado públicamente. Todos los partidos han invertido en las contracampañas, aunque como ya lo anotamos, ninguno como el PAN. Empecemos por la radio, estudio que también que revela que el candidato panista en campaña regular ha gastado en términos estrictos cuatro veces más que el perredista y dos veces más que el priísta. Así son los números fríos : PAN, en campaña : $97,876,555, en contracampaña, $26,378,804, total 124,255,359.00. PRI, en campaña $56,607,244, en contracampaña, $8,872,724, total, $68,479,967,50 PRD, en campaña, $18,847,099, en contracampaña $7,758,036, total $26,605,134

En televisión las cosas siguen la misma rutina : PAN, en campaña, $45,689,825, en contracampaña, $36,837,620, total, $82,427,445. PRI, en campaña, PRI, 85,343,945, en contracampaña, $6,694,680 total, $92,038,625. PRD en campaña $55,186,550, en contracampaña, $10,801,750, total, $65,988,300

La carta de Andrés Manuel López Obrador al presidente Vicente Fox Quesada no deja duda alguna de que la Alianza Política se está dando y puede convertirse en una alianza electoral ; la frase del tabasqueño no tiene equivocaciones : "Si la meta es la implantación de la legalidad de la República la convergencia (con el PRI), es inevitable ; por eso muy bien dice en su "Elección de Estado", el licenciado Mario Moya Palencia que "dentro del panorama actual Roberto Madrazo y el PRI tienen en sus manos el destino de México", si su candidato y su estructura apuntaran a favor de aliarse con cualquiera de los otros dos contendiente. Desde nuestro punto de vista Calderón perdió la oportunidad de la vinculación por las agresiones a diestra y siniestra de ese. De darse será entre el PRD y el PRI.

Copyright © El Correo

* **Teodoro Rentería Arróyave** es periodista y escritor, vicepresidente de la Federación Latinoamericana de Periodistas, FELAP.

Copyright © El Correo