

Lunes 23 DE FEBRERO DE 2009

Las pautas ahora no serán sometidas a consulta de la CIRT

El IFE, a punto de fijar nuevas reglas para los promocionales

ALONSO URRUTIA

El Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral (IFE) pretende concluir en esta semana la aprobación de criterios para la transmisión de promocionales institucionales y de los partidos políticos cuando exista programación especial que no pueda ser interrumpida.

En este contexto, también buscará que se deje plasmada la imposibilidad de difundir dichos promocionales en bloque, como lo han efectuado las dos principales televisoras del país.

Entre las propuestas de redacción que se barajan, destaca la impulsada por la consejera Macarita Elizondo, quien subraya: en ningún caso se considerará justificable la omisión en la emisión de los promocionales de autoridades electorales y de partidos políticos, si durante los eventos se realizan pausas para transmitir mensajes comerciales.

Una vez concluidos los dos procesos sancionadores iniciados contra Televisa y Tv Azteca, se ha allanado el camino para lograr acuerdos entre los consejeros electorales y las representaciones partidistas. Con ello se pretende fijar las conductas que deberán seguir los concesionarios de radio y televisión para cumplir con el pautaaje que les remita el IFE, aun en casos en que se trate de emisiones especiales.

En consideración del presidente del comité, Virgilio Andrade, los consensos alcanzados en el seno de esta instancia no serán sometidos a consulta de la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), si bien precisó que se mantiene el diálogo con los actores involucrados.

Hasta el momento existen tres propuestas presentadas por consejeros y la propia presidencia del comité, si bien gran parte de las discusiones que ya se han llevado en dos sesiones dedicadas al efecto se han orientado a determinar los criterios en materia de programas especiales que por su naturaleza no puedan ser interrumpidos.

En la propuesta se establece que tanto en programas deportivos, religiosos, musicales o culturales, las emisoras deberán notificar al IFE con cinco días de anticipación detallando las características del acto, su duración y los mensajes omitidos que serán reprogramados.

Se entenderá que los promocionales no transmitidos al momento deberán ser repuestos el mismo día, adicionando un minuto de transmisión por cada hora durante el horario comprendido entre las 12 y las 18 horas, cuando sólo se transmiten dos minutos y no tres de mensajes electorales.

Tanto en la propuesta de la presidencia del comité como en la de la consejera Macarita Elizondo se hace énfasis en que las emisoras que encuadren en este supuesto deberán evitar la transmisión en bloque de los promocionales, para lo cual incluirán cortes de estación como los que utilizan para la difusión de sus eventos, para la promoción de su propia programación o para la identificación de la señal.

Asimismo, la consejera Elizondo plantea la necesidad de ser más específicos en el procesamiento de las notificaciones cuando se traten de programas deportivos o especiales, para no dejarlo sólo en la obligación de informar cinco días antes.

Habrá que investigar actuación indebida de integrantes del Consejo de la Judicatura Federal

Revisa la Corte irregularidades en el cese de magistrado que en 2006 pidió recuento de votos

JESÚS ARANDA

En un proceso administrativo lleno de irregularidades e inédito por el alcance de la decisión, el Consejo de la Judicatura Federal (CJF) destituyó en enero pasado al magistrado federal Francisco Salvador Pérez, luego de un procedimiento disciplinario que duró más de dos años y que inició días después de que el magistrado del primer tribunal unitario con sede en Oaxaca solicitó (de manera individual) al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TPEJF) el recuento voto por voto y casilla por casilla de la elección presidencial de 2006.

De acuerdo con la revisión administrativa que interpuso el magistrado Pérez ante el pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), que es la última instancia para ratificar o no su destitución, la decisión de los consejeros carece de fundamento legal no sólo por las violaciones a la normatividad en la materia, sino también por la actuación de los ministros Guillermo I. Ortiz Mayagoitia y Mariano Azuela, quienes solaparon la actuación ilícita de los consejeros Constancio Carrasco Daza –actual magistrado federal–, Luis María Aguilar y María Teresa Herrera Tello, miembros de la Comisión de Disciplina que aprobó el dictamen de su remoción.

Como un hecho particularmente grave se denuncia que, desde finales de 2006, el magistrado Pérez fue suspendido de manera consecutiva durante cuatro ocasiones, por un lapso de seis meses cada una, sin fincarle una responsabilidad concreta –hasta enero pasado–, lo cual no sólo lo afectó en el plano profesional, sino también en el económico, ya que dejó de percibir su sueldo completo durante todo ese periodo.

En este contexto, el afectado solicita al pleno de la SCJN la restitución en el cargo y los ingresos económicos a que tiene derecho.

En el recurso de revisión, al cual tuvo acceso este diario, se acusa a los consejeros de destituir al juzgador con base en presuntas faltas que no son graves y que, por tanto, no ameritarían una sanción tan grave como su cese; que el dictamen no precisa cuáles son las faltas ni las sanciones exactas para cada una de éstas; que fue violada, en su perjuicio, la Constitución ya que los consejeros interpretaron jurídicamente las sentencias del magistrado, lo cual le está expresamente prohibido al CJF, porque es un órgano administrativo y no jurisdiccional, además de que el consejo solicitó de forma ilícita a jueces de distrito que opinaran sobre la labor jurisdiccional del magistrado.

También fue sancionado por no impartir justicia de manera pronta y expedita; sin embargo, su tribunal tenía un rezago de 12 por ciento –de enero de 2004 a agosto de 2006 resolvió mil 415 asuntos–, cifra promedio en el resto

de los tribunales del país, y de ese gran total sólo 38 casos presentaban un retraso superior a los tres meses para dictar sentencia.

La queja destaca que es preocupante para la autonomía judicial, que la visitaduría del CJF haya llegado al extremo de organizar reuniones en la sede del cuarto juzgado de distrito con sede en Oaxaca, encabezado en aquel entonces por María Dolores Duarte Ruvalcaba, en las que los jueces primero, segundo, quinto y octavo en esa entidad habrían externado su preocupación por revocaciones de autos de formal prisión y sentencias condenatorias, principalmente por delitos contra la salud, que habría ordenado el magistrado.

La queja censura la actuación de los ministros Mariano Azuela– quien era presidente de la Corte y del CJF cuando empezó el procedimiento en su contra– y del actual presidente Guillermo I. Ortiz Mayagoitia, por haberse negado siquiera a escucharlo y por no haberse declarado impedido de conocer su asunto a pesar de una petición expresa del quejoso.

Cuestiona particularmente al actual magistrado electoral Constancio Carrasco Daza, quien tiene, asegura, sus intereses políticos en Oaxaca, y además de ser pariente del actual gobernador Ulises Ruiz y del ex mandatario estatal Diódoro Carrasco, logró hacer una carrera judicial ultrarápida en el ámbito federal.

El asunto está en manos de los ministros de la Corte, quienes en revisiones administrativas anteriores han restituido a magistrados porque las faltas cometidas no eran graves o porque los consejeros revisaron los criterios jurídicos de jueces y magistrados violando su autonomía jurisdiccional.

Lunes 23 de febrero de 2009

Duplica Gobierno el gasto en spots

Gastan en publicidad lo que se ahorraron en partidos políticos. Pasan de \$803 millones a mil 791 millones los pagos a TV, radio y medios impresos

Claudia Salazar y Jorge Arturo Hidalgo

(23 febrero 2009).- El Gobierno federal gastará este año el doble de lo que presupuestó en 2008 para publicidad en televisión, radio y medios impresos.

Para la partida 3700, Servicios de Comunicación Social y Publicidad, de 22 dependencias de la Administración Pública -que incluyen la Presidencia, las 18 secretarías, la PGR, el Conacyt y el Inegi-, dispondrá de mil 791 millones de pesos.

Este monto duplica los 803 millones presupuestados para el año pasado y significa más del 65 por ciento de los mil 118 millones con los que el Gobierno estimó cerrar 2008 luego de hacer ampliaciones presupuestales a esa partida.

El monto presupuestado es similar a los mil 912 millones que se "ahorrará" el erario luego de que se disminuyeran en 70 por ciento los recursos para campañas de los partidos políticos.

A cambio, se le otorgó como prerrogativa a los partidos la transmisión de sus spots en tiempos oficiales de radio y televisión.

Los millones de pesos que dejarán de ganar los medios electrónicos por spots de los partidos políticos podrán ser compensados por la publicidad del Gobierno federal, que se pagará con recursos del erario.

En el último día del año pasado, la Secretaría de Gobernación publicó en el Diario Oficial los lineamientos generales para programas y campañas de comunicación.

Ahí se detalla que las dependencias podrán contratar espacios en los medios siempre y cuando hayan solicitado en primera instancia los tiempos que por ley otorgan al Estado las empresas de comunicación y estos no estuvieran disponibles en los espacios específicos y en la vigencia solicitada.

Con la reforma al Cofipe, este año los tiempos oficiales (48 minutos al día en cada canal de televisión o estación de radio) los administra enteramente el IFE y, por tanto, no están disponibles para las dependencias.

El senador del PAN Ricardo García Cervantes advirtió que, aunque el IFE tiene a su disposición los tiempos oficiales, no hay obligación de que los ocupe en su totalidad.

"Me preguntan: '¿Es una compensación por los ingresos que dejarán de recibir los concesionarios, vía las campañas electorales?'. Pues, la respuesta, en principio, pareciera que es sí. Es lo que parece.

"En las crisis de seguridad, de empleo, de necesidad de reactivar la economía a partir del gasto público de

Lunes 23 de febrero de 2009

inversión, que genera empleo, transferir más recursos vía comunicación social a los medios electrónicos va a tener, si se hace, muy poco sustento lógico, ético y político", afirmó a título personal.

El ex presidente del IFE José Woldenberg opinó: "Lo lamentable sería que esto fuera una especie de compensación a los concesionarios de radio y televisión que ahora no pueden comercializar sus espacios a los partidos políticos".

Coincidencias

Montos en juego alrededor de la transmisión de spots pagados con recursos públicos:

\$1,791 millones de pesos

Gasto en comunicación social y publicidad de la Administración federal

\$1,912 millones de pesos

Ahorro en las campañas de 2009

\$1,973 millones de pesos

Gasto de los partidos en radio y TV en la campaña de 2006

Piden al Gobierno no gastar en spots

Llaman a garantizar ahorro en radio y TV. Afirma senador panista que aun en elecciones las dependencias pueden usar tiempos oficiales

Claudia Salazar

(23 febrero 2009).- Incluso en tiempo de elecciones el Gobierno federal tiene la opción de no gastar millones de pesos del erario en pagos a las televisoras, pues puede transmitir sus mensajes a través de los tiempos oficiales, previo diálogo con el Instituto Federal Electoral (IFE).

Así lo consideró el senador Ricardo García Cervantes, presidente de la Comisión de Estudios Legislativos, tras analizar las nuevas reglas electorales sobre disposición de los tiempos oficiales en radio y televisión.

Con la reforma electoral, en tiempos electorales el Gobierno cede al IFE la administración de los tiempos oficiales, con el fin de que los partidos no gasten el presupuesto en transmitir sus propuestas en la televisión, lo cual representa un ahorro de mil 912 millones de pesos.

Sin embargo, el Gobierno aumentó a mil 791 millones de pesos su presupuesto para spots.

Ello representa un incremento de 673 millones de pesos con respecto al cierre esperado de 2008 y más del doble de los 803 millones que se presupuestaron en un principio.

El senador García Cervantes, del PAN, dijo que "parece" que hay una compensación del Ejecutivo hacia las televisoras, que dejarán de recibir millonarias cantidades debido a la reforma electoral.

"¿Será una compensación por los ingresos que dejarán de recibir vía las campañas electorales? Pues la respuesta, en principio, pareciera que es sí. Es lo que parece", aseveró.

En su opinión, no es necesario que las dependencias del Gobierno recurran al pago en los medios electrónicos.

Primero, porque a partir de que empiezan las campañas -en este caso para diputados federales-, durante 60 días queda prohibida la propaganda gubernamental, con lo cual no se podría ni siquiera pagar spots en radio o televisión.

"Entonces, el presupuesto de Comunicación Social debería estar orientado a un gasto de 10 meses, no de 12. ¿Cuál es la conclusión lógica?: debería disminuir, no aumentar", precisó.

En segundo término, el IFE debe garantizar a los partidos políticos un minuto por hora, que equivale a 18 minutos por día durante las precampañas, con lo cual restan 30 de los 48 minutos disponibles de tiempos oficiales.

"El que el IFE tenga que administrar y tener a disposición los tiempos oficiales no significa que debe emplearlos forzosamente todos, ni para sus fines propios ni de otras autoridades electorales", advirtió García Cervantes, quien fue uno de los principales promotores de la reforma electoral.

El panista indicó que la ley electoral establece que el tiempo restante de los 48 minutos diarios no lo pueden comercializar los concesionarios, y también contempla que si llegaran a ser insuficientes los tiempos oficiales, el IFE podrá gestionar un incremento en su acceso a los medios, lo que puede implicar contratación de espacios.

"Esto quiere decir que las previsiones de la ley son correctas, pueden sobrar o pueden faltar tiempos oficiales.

"El dinero está disponible, el tiempo está disponible, pero ni el IFE debe, a mi juicio, gastarse todo el tiempo del Estado, como tampoco el Ejecutivo debe gastar todo el presupuesto autorizado", indicó el senador en entrevista.

Con esos tiempos, dijo, el INEGI podría ocupar tiempos oficiales para promover los Censos Económicos o el Infonavit podría explicar a los trabajadores qué opciones tienen ante la crisis para no perder su patrimonio.

"En estos tiempos de crisis de seguridad, de empleo, de necesidad de reactivar la economía a partir del gasto público de inversión que genera empleo, transferir más de 600 millones de pesos, vía comunicación social, a los medios, va a tener, si se hace, muy poco sustento lógico, ético y político", dijo.

García Cervantes aseguró que la legislación electoral no es un problema, y que el Gobierno debe dar otra interpretación sobre el pago de recursos en radio y televisión.

La bolsa

Dinero que algunas dependencias del Gobierno federal podrán gastar en radio y televisión durante 2009:

(Cifras en millones de pesos)

	2008 Modificado*	2009 Aprobado PEF
SEP	70.90	411.27
SCT	18.70	73.60
Semarnat	56.30	98.70
SHCP	257.50	289.57
Gobernación	45.80	73.00

El dinero está autorizado en la Partida 3700, denominada Servicios de Comunicación Social y Publicidad del Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF).

* El gasto modificado de 2008 aparece como autorizado en el Avance de Gestión Financiera de Junio de 2008, emitido por la SHCP.

FUENTES: Presupuestos de Egresos de la Federación 2008 y 2009. Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2009 enviado por el Ejecutivo Federal a la Cámara de Diputados. Centro de Estudios de las Finanzas Públicas.

Fundar, Centro de Análisis e Investigación.

Prevé Segob contratar campañas

Claudia Salazar

(23 febrero 2009).- El último día de 2008, la Secretaría de Gobernación publicó en el Diario Oficial las normas para que las dependencias puedan gastar su presupuesto en spots o campañas publicitarias, mientras el IFE tiene bajo su administración los tiempos de radio y televisión que corresponden al Estado.

"Cuando el IFE tenga a su cargo la administración del tiempo que corresponde al Estado, se podrán hacer erogaciones (para campañas) en materia de servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en caso de emergencia, las cuales se sujetarán a mecanismos de supervisión de la Secretaría de Gobernación", dicen los lineamientos.

A la par de esa permisividad, se disparó el presupuesto de la SEP para publicidad, al pasar de 70.9 millones de pesos en 2008 a 411.27 millones para este año, según el Presupuesto de Egresos de la Federación.

Según la norma publicada el 31 de diciembre, Gobernación supervisará los mecanismos de contratación de espacios en medios electrónicos cuando los tiempos oficiales estén a disposición del IFE.

"Las dependencias y entidades únicamente podrán destinar recursos presupuestarios para actividades de comunicación social a través de la radio y la televisión, siempre y cuando hayan solicitado en primera instancia los tiempos que por ley otorgan al Estado las empresas de comunicación y éstos no estuvieran disponibles en los espacios específicos y en la vigencia solicitada.

"En dicho supuesto deberán justificar las razones de la contratación", cita el primer párrafo de la fracción X del punto cuatro de los lineamientos sobre campañas de comunicación social.

Las dependencias del Gobierno federal dispondrán este año de mil 791 millones de pesos para Servicios de Comunicación Social y Publicidad, cifra que representa un aumento de 673 millones con respecto al cierre previsto de 2008 y el doble de lo que se asignó originalmente, a pesar de que dos meses antes de la elección federal del 5 de julio, el Gobierno estará impedido de realizar propaganda o difusión de sus programas.

Incluso, los lineamientos prevén ampliaciones al presupuesto si se trata de mensajes para atender situaciones de carácter contingente.

Las campañas que se difundan en espacios comprados y no en los tiempos del Estado deberán contar con la autorización de la Dirección General de Normatividad de Medios de Gobernación.