



JOSÉ CARREÑO CARLÓN

Libro y ‘reformas’, o cómo burlar ¿legalmente? la ley

Como si fueran bienes personales. Un libro y un paquete de propuestas de reformas constitucionales —inviabiles en la actual Legislatura— constituyen las piezas más recientes de ‘propaganda personalizada’ del presidente, dirigidas a burlar la ley con la pretensión de hacerlo dentro de la ley. Vamos ahora con el libro. A la vista del impedimento constitucional de realizar propaganda que incluya, precisamente, “promoción personalizada de cualquier servidor público” (Art. 134), parecería difícil encontrar ejemplos más elocuentes de “promoción personalizada” que los del servidor público de mayor jerarquía en el país. Esta vez, al publicitar su libro personal en pleno desempeño de sus funciones públicas, desde Palacio Nacional, disponiendo de los cuantiosos recursos públicos involucrados en el espectáculo palaciego de cada mañana. “El presidente está en falta al anunciar su libro en la ma-

ñanera, pues obtendrá ganancias, lo que es inadecuado”, observa Roy Campos. Pero, como lo han expuesto otros analistas, es más que inadecuado. Porque el libro es un producto comercial que reporta ingresos privados al autor y presidente, y su promoción en las condiciones descritas supondría un uso indebido de recursos públicos, esto es, la disposición de esos recursos como si se tratara de bienes personales: patrimonialismo a la luz pública.

Como candidato presidencial. Hasta antes de esa trasgresión, el presidente había intentado cubrir las formas poniendo por delante la promoción realizada por el sello editorial del libro, Planeta, y la cadena de librerías de Porrúa que, al parecer, se prestaron a suscribir, poniendo de por medio la reputación de sus marcas, un mensaje de propaganda política disfrazado de publicidad comercial. “El recuento de lo que significó el sexenio de la



transformación”, se prescribe en el promocional junto a la imagen de la portada del libro, que ‘personaliza’ en letras rojas el nombre del presidente y autor. Conforme a la ley, es muy normal, le comentó el mismo Roy Campos a Denise Maerker en Fórmula, que los candidatos —claro, sin la condición de servidores públicos— publiquen un libro y lo usen de pretexto para anunciarse fuera de todo recinto público, pero en días que no deben hacerlo. Pero no es el caso del presidente, subrayó Roy. Es como si fuera candidato presidencial y no presidente. Contra la ley, “realmente está en campaña”, recalcó el reconocido experto en estrategias de comunicación y estudios de opinión.

Presidente-candidato en campaña ¡negativa! Si, como todo lo indica, el libro seguirá promocionándose como pieza de propaganda electoral más allá del último de este mes, en que empiezan oficialmente las campañas, el presidente podría cruzar los lindes de otra violación constitucional. Y es que no sólo estamos ante una pieza de propaganda afirmativa, con el slogan: “El recuento de lo que significó el sexenio de la transformación”. También estamos ante pro-

Publicita su libro personal desde Palacio, en pleno desempeño de sus funciones públicas.

paganda negativa contra la candidata de la oposición y cabeza de la resistencia democrática, Xóchitl Gálvez. En su libro, el presidente la llama “ladina”, “clasista” y “racista”. Pero, ya sea afirmativa o negativa, de acuerdo con el 41 constitucional, “durante el tiempo que comprendan las campañas..., deberá suspenderse la difusión en radio y televisión de toda propaganda gubernamental”. O, si se pretende hacer pasar por publicidad comercial la propaganda política del presidente, suscrita por Planeta y Porrúa, y se lleva a la radio y la televisión, habría que advertirles que “ninguna persona, física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros —como reza también el artículo 41— podrá contratar propaganda” en esos medios, “dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos...”. ●

Profesor de Derecho de la Información, UNAM