

2024-02-03

Las cuestionadas campañas electorales

Autor: Patricia Avendaño

Género: Nota Informativa

<https://www.vozyvoto.com.mx/articulo/las-cuestionadas-campanas-electorales>

En el año 2024 celebraremos elecciones tanto a nivel federal como en los treinta y dos estados que conforman nuestro país. En el caso de la Ciudad de México, el 2 de junio se elegirán: una jefatura de gobierno, sesenta y seis diputaciones locales (treinta y tres de mayoría relativa, treinta y dos de representación proporcional y una diputación migrante), dieciséis titulares de alcaldías y 204 concejalías.

En cada proceso electoral existen críticas por parte de la ciudadanía hacia las campañas electorales que se han centrado, básicamente, en cuestionar el costo de las mismas y en la cantidad de contaminación visual, auditiva y del medio ambiente que se produce, lo cual parecería razón suficiente para oponerse a su existencia. En el presente artículo se aborda de manera muy concreta la importancia de las campañas electorales y se identifican los cuatro momentos vinculados a ellas: precampañas, intercampañas, campañas y veda electoral.

Es importante destacar que las campañas electorales constituyen la oportunidad para que los actores políticos (partidos o personas contendientes) expongan ante el electorado sus propuestas a fin de obtener en la jornada electoral el voto de la ciudadanía.

Precampaña

El Código Electoral de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México (Código local) define a las precampañas como las actividades de carácter propagandístico cuyo objeto es influir en la decisión de los votantes que eligen o designan a los candidatos en los procesos de selección interna dentro de los partidos políticos.¹ El periodo de precampañas para la elección de los cargos anteriormente referidos inició el cinco de noviembre de 2023 para jefatura de gobierno y para diputados y alcaldías el 25 del mismo mes; ambos procesos concluyeron el tres de enero de 2024.

Intercampaña

El proceso electoral en nuestra ciudad se encuentra en el periodo conocido como intercampaña, identificado como el lapso que transcurre entre la conclusión de las precampañas y el inicio de las campañas electorales; teniendo un inicio diferenciado dependiendo del cargo por el cual se compite. Así, las intercampañas tienen los plazos que se observan en el Cuadro 1.

En la intercampaña todas las personas con aspiraciones a ocupar un cargo público deben abstenerse de realizar cualquier actividad con tintes proselitistas, y los partidos políticos sólo pueden difundir mensajes genéricos e institucionales, sin que se promocióne el voto y/o alguna persona.

Campañas electorales

Las campañas electorales resultan fundamentales para el funcionamiento de cualquier democracia contemporánea. Lo anterior, al ser el periodo a través del cual los contendientes muestran y ofrecen a la ciudadanía sus plataformas políticas, sus planes de trabajo, su ideología respecto a diversos temas, sus estrategias, y en general, sus ofertas políticas. Las campañas electorales son, en pocas palabras, los lapsos proselitistas cuya intención es la captación del voto de la ciudadanía. El Código local define la campaña electoral como "el

conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos, coaliciones o candidatos sin partido, para la obtención del voto (...)"²

Su duración en la Ciudad de México es de noventa días para jefatura de gobierno y sesenta días para diputaciones, alcaldías y concejalías; en ambos casos deben concluir tres días antes de celebrarse la jornada electoral. Lo que se ilustra en el Cuadro 2.

A partir de esos periodos, los contendientes podrán exponer, desarrollar y discutir ante la ciudadanía programas, acciones fijadas en sus documentos básicos, ideas y posturas que tengan como propósito el apoyo de los electores. Las campañas resultan ser el espacio idóneo para poder convencer al electorado de ser la mejor opción dentro de todas las posibilidades disponibles.

Propaganda electoral durante las campañas electorales

Las campañas electorales resultan vitales en la democracia al ser parte de los procesos electorales, y las mismas no pueden entenderse sin la existencia de la propaganda electoral. Su razón de ser es atraer al electorado, a través de los medios publicitarios, a fin de conseguir el voto. Son el medio de comunicación política por excelencia. El código local define a la propaganda electoral como el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones, mantas, cartelones, pintas de barda y expresiones que producen y difunden los partidos políticos y las personas candidatas con el propósito de presentarse ante la ciudadanía.³

Derivado de la alta generación de residuos contaminantes y la exigencia de minimizar el daño ambiental, la ley dispone que la propaganda electoral debe ser reciclable, fabricada con materiales biodegradables, no contener sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente y con identificación precisa del partido o persona candidata participante en la justa electoral. Asimismo, los contendientes deberán presentar un plan de reciclaje de la propaganda que utilizarán durante su campaña.

Es común que en las campañas electorales se otorguen artículos promocionales utilitarios, considerándose como aquellos que contienen imágenes, signos, emblemas y expresiones, debiendo ser elaborados con material textil. Por su parte, la propaganda que se difunda por cualquier medio no tendrá más límite que el respeto a las instituciones, la ciudadanía, al medio ambiente y al paisaje urbano sin utilizar símbolos, signos o motivos religiosos, expresiones verbales o alusiones ofensivas a las personas o a los candidatos de los diversos partidos que contiendan en la elección.

El código electoral local determina que toda la propaganda que se coloque en la vía pública deberá sujetarse a las siguientes reglas:⁴

Podrá colgarse en equipamiento urbano, bastidores y mamparas sin dañarlo, no impida la visibilidad de conductores, la circulación de peatones o ponga en riesgo la integridad física de las personas;

Podrá colgarse, adherirse o pegarse en inmuebles de propiedad privada con el permiso correspondiente;

Podrá colgarse en los lugares de uso común determinados por la autoridad electoral;

No podrá adherirse, pintarse o pegarse en elementos carreteros o ferroviarios, ni en accidentes geográficos cualquiera que sea su régimen jurídico; y

No podrá colgarse, fijarse, pintarse o pegarse en monumentos históricos, arqueológicos, artísticos, construcciones de valor cultural, en árboles o arbustos, ni en el exterior de edificios públicos.

En todos los casos no podrán utilizarse adhesivos que dañen el mobiliario urbano como engrudo, pegamento blanco, cemento, o cualquier elemento que dificulte su remoción.

La normativa es clara al señalar que todos los contendientes deben abstenerse de utilizar propaganda y en general cualquier mensaje que implique calumnia, discrimine o constituya actos u omisiones de violencia política contra las mujeres en razón de género, en menoscabo de la imagen de partidos políticos, candidaturas de partido, sin partido o instituciones públicas, así como de realizar actos u omisiones que deriven en violencia política.

Campañas negativas

Una de las características no deseables que han tenido las elecciones en nuestro país en los últimos años es la aparición de campañas negativas. Su difusión no sólo daña a sus destinatarios, sino que pone en duda los cimientos democráticos de certidumbre y legalidad; además, son una forma de violencia que atenta contra los derechos político-electorales de la ciudadanía, muchas veces de manera diferenciada en contra de poblaciones o sectores específicos, con una carga de odio y tintes discriminatorios.

A efecto de prevenir y contrarrestar esa situación, con la última reforma al Código Local, en el artículo 4, II Bis se definió el concepto de campañas negativas como "Cualquier acción realizada mediante el empleo de materiales impresos, correo electrónico, mensajes telefónicos, redes sociales, plataformas de internet o cualquier medio tecnológico, por la que se obtenga, divulgue, distribuya, difunda, exhiba, reproduzca, transmita o comparta información falsa que afecte el honor, reputación, integridad, dignidad, intimidad, vida privada de un candidato, dirigida a influir de manera negativa en las preferencias electorales de los ciudadanos".

El objetivo de esta reforma es eliminar su uso en el contexto de la competencia electoral. Además, se establece que las personas integrantes de las agrupaciones políticas locales y los partidos políticos deberán evitar realizar este tipo de campaña contra la ciudadanía, las instituciones públicas, personas candidatas y que además suponga violencia política contra las mujeres en razón de género (VPG).

Debe destacarse que el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) cuenta con la normativa que sanciona estas conductas, pues el reglamento de quejas prevé su investigación y sanción a través de un procedimiento especial sancionador.⁵ Aunado a lo anterior, se cuenta con normativa que regula el monitoreo con perspectiva de género de espacios que difunden noticias durante los periodos de precampañas, campañas, reflexión y jornada electoral para dotar a la ciudadanía de esta capital de información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial, respecto del tratamiento que se otorga a los actores políticos vinculados con el proceso electoral local ordinario 2023-2024 en diversos medios de comunicación. Su fin es poder identificar programas, contenidos y cualquier información que involucre VPG o campañas negativas y actuar en consecuencia.

Gastos de campaña

Otro de los temas altamente cuestionados tiene que ver con las cantidades de dinero que implican los gastos de campaña. La ley prevé que los partidos políticos cuenten con elementos para llevar a cabo sus actividades y señala las reglas para su financiamiento, garantizando con ello que prevalezcan los recursos públicos sobre los privados, a efecto de evitar recursos provenientes de fuentes ilegales o del crimen organizado. Sabiendo que los gastos de campaña son las erogaciones que realizan los partidos políticos y personas candidatas, el Consejo General del IECM aprobó para el presente proceso electoral el financiamiento público para gastos de campaña, distribuidos como se observa en el Cuadro 3.

La cantidad que corresponde a las candidaturas sin partido en su conjunto se dividirá entre los tipos de elección, como se indica en el Cuadro 4.

La suma de ambos conceptos da como resultado la cantidad de \$279 492 271.18 pesos, dinero que por ley debe ser entregado a los partidos y candidatos por el gobierno, vía el IECM, quien estará vigilante de su correcta aplicación.

Veda electoral

El último momento respecto a la promoción de la oferta política al electorado tiene que ver con la veda electoral, siendo el periodo de tiempo cuyo propósito es la reflexión por parte de la ciudadanía respecto al sentido de su voto. La veda electoral abarca los tres días previos al día en que se celebre la jornada electoral, lo cual, en el

presente proceso, corresponde del 30 de mayo al 1 de junio de 2024, y está prohibida cualquier celebración o difusión de reuniones o actos públicos de campaña, de propaganda o proselitismo [electoral.6](#)

Respecto a la propaganda [electoral](#), el Código local establece que durante la jornada [electoral](#) no deberá existir en la casilla y en su exterior, a veinte metros de distancia, propaganda. A su vez, deberá ser retirada por el gobierno de la Ciudad de México y las alcaldías en cada una de sus demarcaciones. La propaganda retirada de la vía pública deberá ser enviada a centros de reciclaje, acreditando mediante las constancias que éstos emiten, la entrega de dichos materiales. Adicionalmente, la Ley General establece que en el caso de la propaganda colocada en vía pública, deberá retirarse durante los siete días posteriores a la conclusión de la jornada [electoral.7](#)

Comentarios finales

Las campañas [electorales](#) resultan vitales en la democracia para que los electores estén en condiciones de emitir un voto razonado e informado y contar con información clara y precisa sobre los [candidatos](#) y sus plataformas [electorales](#). En México, el arreglo institucional ha determinado que las campañas deben ser financiadas primordialmente con dinero proveniente del erario a efecto de evitar la intervención de recursos de procedencia ilícita o del crimen organizado.

En la Ciudad de México se cuenta con la normativa [electoral](#) que regula este ejercicio a efecto de salvaguardar los derechos ciudadanos y evitar una ventaja indebida en los procesos [electorales](#). Es fundamental que las fuerzas políticas, y las y los [candidatos](#), se comprometan con la democracia y que respeten las reglas establecidas. Finalmente, en este proceso [electoral](#), como en todos, el reto es evitar escenarios de inequidad y ventaja indebida a favor de una fuerza política o personas que compitan para los diversos puestos de elección popular. El Instituto [Electoral](#) de la Ciudad de México se encuentra vigilante del cumplimiento de la norma en materia de campañas, así como al adecuado desarrollo de los procesos [electorales](#) y el ejercicio de los derechos ciudadanos.

INE3FEBR