

Se transmitirán 52 millones de spots en el proceso 2023-2024, estima el INE

FABIOLA MARTÍNEZ

A partir de este lunes y hasta el 18 de enero de 2024 se multiplicará la difusión de mensajes políticos de los precandidatos presidenciales y otros aspirantes a cargos federales en las vías oficiales —radio y televisión— y redes sociales. Sin embargo, nadie puede hacer llamados al voto sino hasta que comience el periodo de campaña, que irá del 1º de marzo al 29 de mayo del año entrante.

En todo el proceso electoral federal 2023-2024, el bombardeo de los promocionales pautados ante el Instituto Nacional Electoral (INE) será de 52 millones 52 mil 106 piezas, tanto de partidos políticos como candidatos, aspirantes independientes y autoridades. De éstos, 16.4 millones corresponden al periodo de precampaña (60 días). Este total es menor al del proceso anterior (2017-2018), cuando fueron transmitidos 59.7 millones de spots; la diferencia podría explicarse por los días del actual proceso.

La Constitución señala que cada canal de televisión y estación de radio (tanto públicas como privadas) deben transmitir 96 spots cada día. La previsión es pensando en que habrá dos o más candidatos independientes, aunque hasta la semana pasada ninguno de los aspirantes rebasaba el 6 por ciento de las firmas requeridas.

Los partidos con más promocionales disponibles para la precampaña en radio y televisión son Morena (2.6 millones), Revolucionario Institucional (PRI, 1.5) y Acción Nacional (PAN, 1.5).

Aun cuando sean únicos, la ley les permite dirigirse a los militantes, pero sin llamar al voto ni hacer expresiones hacia sus contrincantes. Por lo pronto, los partidos alistan sus spots en los que igualmente se debe incluir la leyenda —visual y auditiva— de que se trata de mensajes exclusivos para militantes.

Cobijadas por sentencias del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, las precampañas tienen diversos permisos de expresión y movilidad, “siempre que se evite generar una ventaja indebida frente a la campaña”.

Listos, promocionales de precampaña

El INE tiene listos los promocionales de los partidos para el periodo de precampaña federal que deberán ser difundidos en canales de televisión y estaciones de radio.

En uno de Morena, aparece Claudia Sheinbaum con la leyenda “Presidenta, precandidata única. Honestidad, resultados y amor al pueblo”. Todas las piezas (de 30 segundos de duración) incluyen, en letras pequeñas, la siguiente aclaración: “Mensaje dirigido a militantes, simpatizantes y Consejo Nacional de Morena”.

En tanto, en los de la oposición no aparece Xóchitl Gálvez, aunque sí es mencionada en uno para radio, del PRD: “Esta es la historia de una niña que vendió gelatinas para ayudar a su familia (...) Esta es la historia de Xóchitl”. Ahí la precisión reza: “Mensaje dirigido a militantes, dentro del proceso de selección interna”.

El PRI optó por producir mensajes en los que sale a cuadro su dirigente, Alejandro Moreno, mientras el PAN (en 30 segundos) hace un recuento de lo que considera principales logros en las entidades que gobierna. En el de Movimiento Ciudadano, igualmente el mensaje es emitido por su coordinador nacional, Dante Delgado.

Al alud de spots en radio y televisión de los siete partidos nacionales se suman los promocionales de las autoridades en la materia, tanto del INE como del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Este receptor de materiales de partidos y autoridades, integrado con el material que se envía para su transmisión, puede consultarse en https://portal-pautas.ine.mx/#/promocionales_federales/precampaña

La precampaña corre del 20 de noviembre al 18 de enero.

