

Alista el INE intensa campaña de difusión para elección judicial

FABIOLA MARTÍNEZ

El Instituto Nacional Electoral (INE) dará inicio a un intenso programa de creación de contenidos –difundidos en spots y redes sociales– para informar a la ciudadanía las características de la elección judicial histórica del domingo 1º de junio.

Según el plan aprobado por el consejo general del INE, es necesario permear datos diversos pero fundamentales para este proceso extraordinario, a saber: ¿cuáles son los cargos a elegir y las principales funciones de estas personas juzgadoras?, ¿cuál es la vinculación de aquéllos con la vida diaria de la sociedad?, ¿cómo son las boletas y de qué manera deben marcarse?, ¿quiénes son los candidatos?, ¿cuánto durarán en el cargo los triunfadores?, entre otros elementos básicos.

Sin embargo, en este diseño de pautas (calendario de difusión de spots en tiempos oficiales), partidos políticos como el PRI y Movimiento Ciudadano manifestaron su inconformidad de que les redujeron los espacios en radio y televisión, necesarios en las campañas de sus candidatos municipales de Durango y Veracruz, comicios que también serán el 1º de junio.

Los representantes partidistas advirtieron que se trata de una “violación flagrante” a la Constitución que, de manera expresa, señala que durante las campañas electorales 85 por ciento del tiempo en medios debe destinarse a los partidos políticos, mientras que en intercampaña el umbral es de 50 por ciento.

No obstante, dijo el priísta Emilio Suárez Licona, hoy se está proponiendo que el INE destine a los partidos apenas 37 por ciento del total de minutos. “Es un despropósito imponer un modelo de comunicación desequilibrado e inconsistente...”, reprochó en la más reciente sesión de consejo del INE.

Los consejeros respondieron que el modelo “busca el respeto a la normativa aplicable vigente” y fue la mejor opción técnica para la distribución de los tiempos.

Otro de los objetivos de la campaña es alentar la participación ciudadana, de la que se desprenden dos datos esenciales de asistencia a las urnas: de una elección federal tradicional (60 por ciento en la presidencial del año pasado, por ejemplo) y de otras consultas ciudadanas, como revocación de mandato, que en su primera experiencia, en 2022, tuvo un porcentaje de participación de escaso 17 por ciento.