

INICIATIVA QUE REFORMA EL ARTÍCULO 41 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, A CARGO DEL DIPUTADO CÉSAR AGUSTÍN HERNÁNDEZ PÉREZ, DEL GRUPO PARLAMENTARIO DE MORENA

El que suscribe, diputado federal César Agustín Hernández Pérez, integrante del Grupo Parlamentario de Morena en la LXIV Legislatura del Congreso de la Unión, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y 6, numeral 1, fracción I, 76, numeral 1, fracción II, 77, numeral 1, y 78 del Reglamento de la Cámara de Diputados, somete a consideración de esta honorable asamblea la presente iniciativa con proyecto de decreto por el que se reforman el segundo párrafo de la base IV del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, de conformidad con la siguiente

Exposición de Motivos

Las campañas electorales son el vehículo a través del cual los candidatos buscan comunicar sus plataformas e ideas, con la finalidad de movilizar a quienes simpatizan con ellos y captar sus preferencias políticas y, en consecuencia, los votos que necesitan para lograr un cargo de elección popular. Al respecto, se establece en el numeral 1 del artículo 242 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales que:

“Artículo 242.

La campaña electoral (...) es el conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto.”

Martínez Silva, en su libro el *Manual de campaña* cita que “las campañas son una forma de comunicación persuasiva entre los ciudadanos y los electores. La comunicación es un medio por el cual la campaña empieza, procede y concluye: propicia cuando los candidatos declaran verbalmente su propósito de participar, y los carteles y bardas anuncian en forma visual los nombres, lemas y logotipos de los partidos y candidatos en competencia; continúa cuando los candidatos se comunican con los electores de manera personal o por radio y la televisión, debaten con sus opositores y transmiten mensajes por diferentes medios y concluyen cuando los candidatos comunican su victoria o aceptan su derrota.”¹

De lo anterior se desprende la importancia que tienen las campañas electorales para la democracia, sin embargo, en nuestro país la ciudadanía califica como excesivo el tiempo y costo que éstas desencadenan, por ello, es urgente realizar reformas en aras de ajustar su temporalidad a la nueva democracia que marca la Cuarta Transformación.

Actualmente, las actividades relativas a las campañas electorales se circunscriben a un tiempo determinado, sobre eso, el párrafo segundo de la base IV del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, señala lo siguiente:

“La duración de las campañas en el año de elecciones para presidente de la República, senadores y diputados federales será de noventa días; en el año en que sólo se elijan diputados federales, las campañas durarán sesenta días. En ningún caso las precampañas excederán las dos terceras partes del tiempo previsto para las campañas electorales.”

Noventa días de campaña para todas las candidaturas a nivel federal en el año en que se elige el presidente de la República y sesenta días cuando sólo se elijan diputados federales puede considerarse un exceso, que trae consigo un derroche de costos e incluso contaminación, debido al incremento en propaganda y ruido; además, del posible hartazgo de la ciudadanía frente a su amplia duración.

A lo largo de la historia legislativa, la materia electoral ha dado pauta a varias reformas en aras de perfeccionar las elecciones y de construir una verdadera democracia, y si bien es cierto que, se han tenido avances, nadie puede negar que dentro de las contiendas electorales se han producido confrontaciones paralizantes de las fuerzas políticas por diversos motivos, entre ellos: la falta de equidad en las campañas, la denominada “guerra sucia o campañas negras,” la desinformación y, la inseguridad, que aumenta por la amplia duración de las mismas, y, todo ello en consecuencia el gran despilfarro en costos.

Muestra de lo anterior, son los últimos comicios electorales del 2018, los cuales, además, pasaron a la historia como las elecciones más caras de nuestro país.

De conformidad con el acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se establecen las cifras del financiamiento público de los partidos políticos nacionales y de gastos de campaña del conjunto de candidaturas independientes para el ejercicio 2018, identificado con la clave alfanumérica INE/CG339/2017, publicado en el diario Oficial de la Federación el primero de septiembre de 2017, los gastos de campaña aprobados por el Instituto Nacional Electoral, fueron los siguientes:

Rubro de financiamiento público	Monto de financiamiento público
Gastos de campaña para Partidos Políticos Nacionales.	\$2,148,166,623
Gastos de campaña para el Conjunto de Candidatos Independientes.	\$ 42,963,332

Lo que nos da un total de \$2,191,129,955 (dos mil ciento noventa y un millones ciento veintinueve mil novecientos cincuenta y cinco pesos), para ser gastado en noventa días de campañas electorales, es decir, se gastaron diariamente \$24,345,888 (veinticuatro millones trescientos cuarenta y cinco mil ochocientos ochenta y ocho pesos).

Lo anterior sin contabilizar los montos por franquicias postales y telegráficas que se otorgaron a los partidos políticos.

Ante tales cantidades, la sociedad reclama el fortalecimiento de las instituciones electorales, así como, la reducción de los costos que por varias décadas han tenido las contiendas electorales. La ciudadanía exige atención a las grandes necesidades que el país tiene en otras áreas como: la salud y la educación.

Haciendo una labor de remembranza, ya desde los lejanos años de 2004 y 2005 se realizaba una encuesta entre los ciudadanos, en donde se les preguntaba su opinión acerca de las campañas electorales, encontramos las siguientes evidencias:

“En términos generales una campaña política puede definirse como un proceso de persuasión intenso que se realiza durante un periodo precedente a la jornada electoral con el propósito de influir en la decisión de los ciudadanos a la hora de emitir su voto.

Para lograr tal efecto, las campañas buscan brindar información al electorado sobre las propuestas del candidato o partido de interés con el fin de atraer el mayor número de votos posibles.

No obstante, de acuerdo con los resultados de la encuesta de Parametría, la mercadotecnia electoral en México parece no estar cumpliendo esta función, y esto se evidencia en que la evaluación de su desempeño ha empeorado, pues en agosto del 2002, el 66 por ciento de los mexicanos, además de señalar que las

campañas electorales eran muy caras, consideraban también que informaban muy poco o nada a la población. Pero hoy, este porcentaje se ubica en 77 por ciento. Es decir, 11 puntos más que hace tres años.

Por su parte, quienes pensaban que las campañas eran caras pero necesarias porque permitían al ciudadano conocer a los candidatos y partidos, pasaron de 30 por ciento en agosto del 2002 a 16 por ciento en junio del 2005”.²

Desde entonces la ciudadanía percibía campañas electorales caras y sin información útil, es decir; de una muy mala calidad. Lamentablemente la percepción hasta el día de hoy sigue siendo la misma.

Como legisladores debemos tomar en cuenta que “los factores más relevantes que influyen en el gasto de una campaña son el tiempo de duración, distancia entre los núcleos de electores, número de poblaciones que el candidato visite, nivel socioeconómico de los electores, número de candidatos contendientes, nivel de precios, infraestructura local y número de actos a realizar, entre otros.”³

Lo anterior, puede quedar bien subsanado mediante un adecuado presupuesto de gastos, el cual debe estar sustentado en una adecuada estrategia de la campaña. Bajo ningún argumento se justifica el enorme gasto que actualmente se genera en las elecciones, dado que una buena estrategia de campaña en un tiempo considerable de elecciones, puede ser suficiente para llegar a los electores y obtener su voto.

Las campañas extensas, implican mayores requerimientos de financiamiento público para los partidos políticos y sus candidatos; no hay certeza de que el tiempo tenga un verdadero impacto en el debate, ni en la participación ciudadana e incluso se llega al fastidio electoral por parte de la ciudadanía; además, el periodo de duración de las campañas es un factor que determina no sólo el financiamiento público para las campañas sino también el gasto ordinario de las instituciones electorales.

Algunos panelistas en diferentes foros han mencionado que, “entre algunas ventajas, en caso de disminuir el tiempo de campañas, están las siguientes:

- Impacto positivo en el costo y uso de los medios.
- Ahorro sustancial de recursos.
- Distribución del ahorro para otros rubros como el desarrollo social o ayuda a los más desprotegidos.
- Mayor facilidad para fiscalizar el gasto.
- Mayor interés para el ciudadano (no genera fatiga y hartazgo).
- Reducción sustancial en el costo de la democracia.”⁴

En la era actual, la forma de hacer política está en constante evolución, el uso de las tecnologías de información y comunicación, TIC, los diferentes procesos, tanto de los partidos políticos como de los candidatos y los votantes, disponen de una mayor cantidad de información. Lo cual vuelve mucho más eficiente el proceso de comunicación política.

Lo anterior, deja en evidencia que es necesario afrontar los retos del futuro atendiendo a los nuevos recursos, gracias a los cuales podemos establecer que hay nuevos actores políticos: votantes que conocen de antemano los antecedentes, ideología y propuestas de los candidatos; partidos políticos con mejores herramientas para

comunicar sus posiciones e ideas, y candidatos que gracias a las nuevas tecnologías, cuentan con las herramientas para hacer llegar sus posturas y políticas a sus posibles votantes.

Con los factores señalados de trasfondo, dan la pauta para realizar la presente propuesta con la finalidad legítima de abatir el costo que tienen para el pueblo de México las campañas políticas.

Se inscribe dentro del principio que guía los esfuerzos de la cuarta transformación: la austeridad republicana, que no es otra cosa que hacer eficientes y congruentes los gastos del dinero público, en beneficio del pueblo.

Así, mediante la presente iniciativa se propone reformar el párrafo segundo de la base IV del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con la finalidad de reducir el tiempo de duración de las campañas para senadores de noventa días, a sesenta días y diputados federales de sesenta, a cuarenta y cinco días.

A continuación, se presenta un cuadro comparativo respecto de la reforma que se plantea:

Actual	Propuesta de Reforma
Artículo 41. I a la III... IV. ... La duración de las campañas en el año de elecciones para Presidente de la República, senadores y diputados federales será de noventa días; en el año en que sólo se elijan diputados federales, las campañas durarán sesenta días. En ningún caso las precampañas excederán las dos terceras partes del tiempo previsto para las campañas electorales. ... V. a la VI. ..."	"Artículo 41. I a la III... IV. ... La duración de las campañas, para Presidente de la República serán de noventa días, senadores sesenta días y diputados federales cuarenta y cinco días. En ningún caso las precampañas excederán las dos terceras partes del tiempo previsto para las campañas electorales. ... V. a la VI. ..."

El reducir la duración de las campañas, permitiría disminuir los gastos, un mayor control sobre las erogaciones, los ingresos y los egresos de los partidos políticos, incrementar la eficiencia de las campañas electorales, y reducir la contaminación.

En virtud de lo anterior, se somete a la consideración de esta honorable asamblea el siguiente proyecto de

Decreto por el que se reforma el segundo párrafo de la base IV del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Artículo Único. Se reforma el segundo párrafo de la base IV del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para quedar como sigue:

Artículo 41. ...

...

...

I a la III. ...

IV. ...

La duración de las campañas, para Presidente de la República serán de noventa días, senadores **sesenta días** y diputados federales **cuarenta y cinco** días. En ningún caso las precampañas excederán las dos terceras partes del tiempo previsto para las campañas electorales.

...

V. a la VI. ...

Artículos Transitorios

Primero. La presente reforma entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Dentro del término de 180 días posteriores a la aprobación del presente decreto se deberán realizar las modificaciones necesarias a la normatividad secundaria.

Tercero. Las disposiciones que contravengan al presente decreto quedarán sin efecto.

Notas

1 Martínez Silva Mario et al. *Manual de campaña*. Teoría y práctica de la persuasión electoral. Instituto Nacional de Estudios Políticos, AC. México, 2005. Página 3.

2 Parametría, Consultado el 25 de agosto de 2019. Visible en http://www.parametria.com.mx/carta_parametrica.php?cp=100

3 Martínez Silva Mario. Op. Cit , página 276.

4 Sánchez Escobar Margarita. Democracia y sistema electoral: Duración de las campañas. Revista del Instituto de Investigaciones Legislativas del Senado de la Republica “Belisario Domínguez.”

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de septiembre 2019.

Diputado César Agustín Hernández Pérez (rúbrica)