

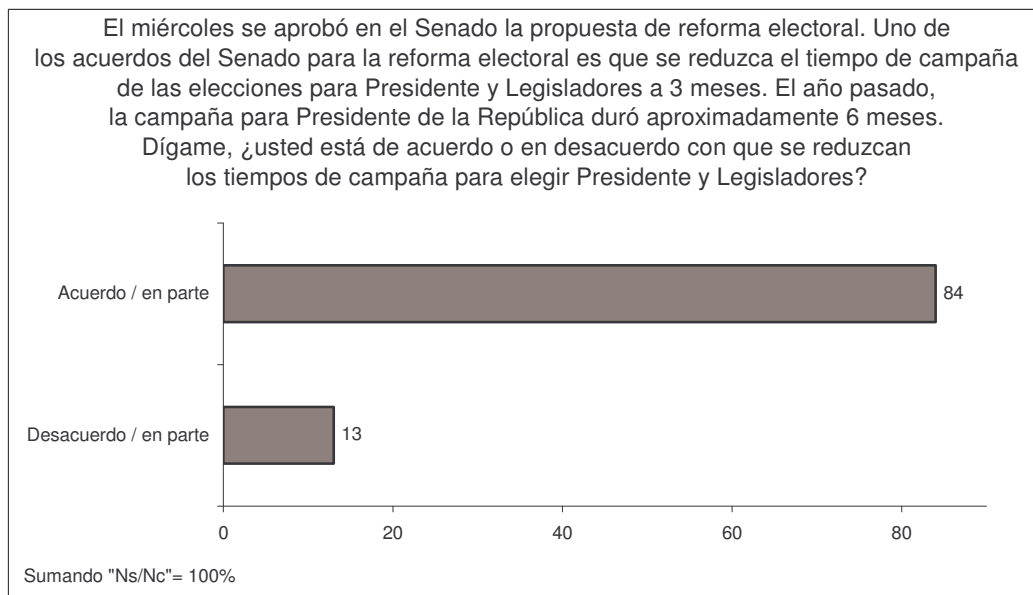
## Menos gasto en campañas sí, pero no a costa de la información disponible al elector

Ulises Beltrán  
Melina Altamirano

La reducción de tiempo y gasto en las campañas es la principal ganancia que la población percibe en la reforma electoral, pero le preocupa y rechaza que limitar las campañas a los tiempos oficiales redunde en disminuir la información sobre los candidatos y sus propuestas. Además, la población reitera el amplio rechazo a la remoción de los actuales consejeros electorales. Así lo muestra la encuesta telefónica nacional realizada por BGC, Ulises Beltrán y Asociados.

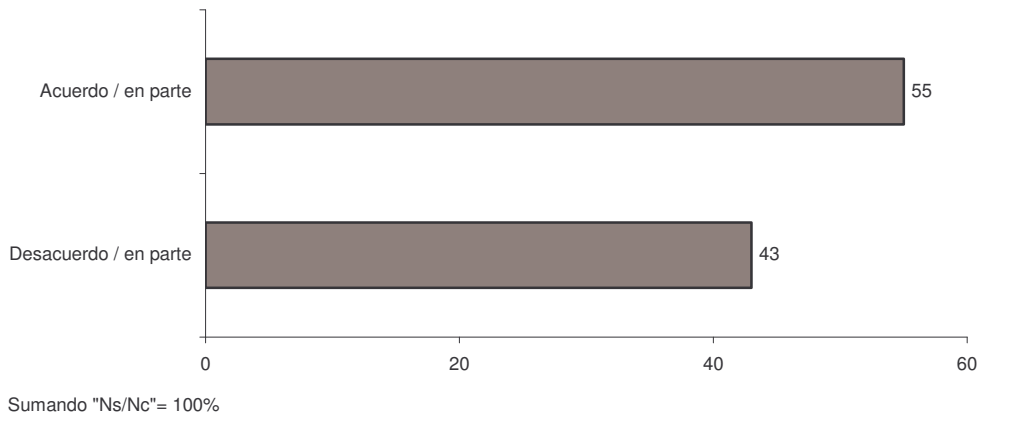
Hasta el viernes, el debate en el Congreso sobre la reforma electoral había captado la atención de alrededor de la mitad de la población por lo que todavía se percibía desinformación sobre su contenido.

La reforma redujo el tiempo oficial de las campañas para Presidente de la República y diputados y senadores, frente a lo cual se expresa amplio consenso (84% *acuerdo/en parte*) porque la población piensa que con ello se *reducirá el monto de recursos destinados a los partidos políticos* (33%).



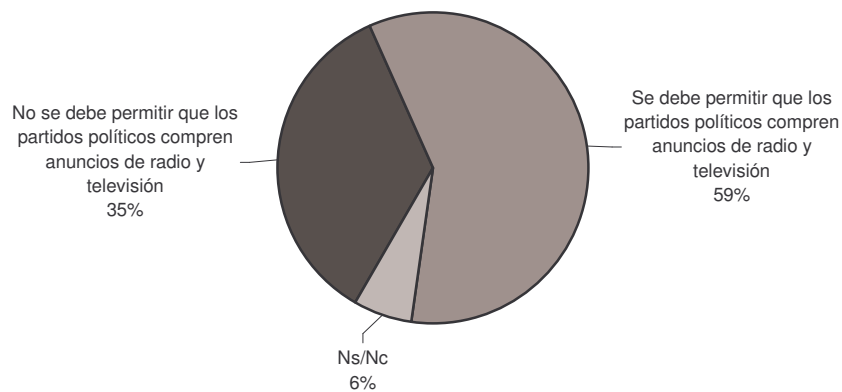
La reforma prohíbe a cualquier particular comprar anuncios en radio y televisión para manifestar su postura a favor o en contra de algún candidato, frente a lo cual la población tiende a dividirse. Quienes aprueban la reforma (55%) lo hacen porque piensan que estos anuncios *sólo agreden a candidatos y partidos políticos* (23%). El 43% que la desaprueba considera que debería permitirse que empresarios, sindicatos y organizaciones civiles contraten anuncios *porque no debe limitarse la libertad de expresión* (28%).

La reforma establece que no estará permitido que los particulares como los empresarios, sindicatos y organizaciones civiles puedan contratar anuncios en la radio y la televisión para apoyar o criticar algún candidato o partido durante la elección. Dígame, ¿usted está de acuerdo o en desacuerdo con que se prohíba a los particulares contratar anuncios en la radio y la televisión para apoyar o criticar a algún candidato o partido?



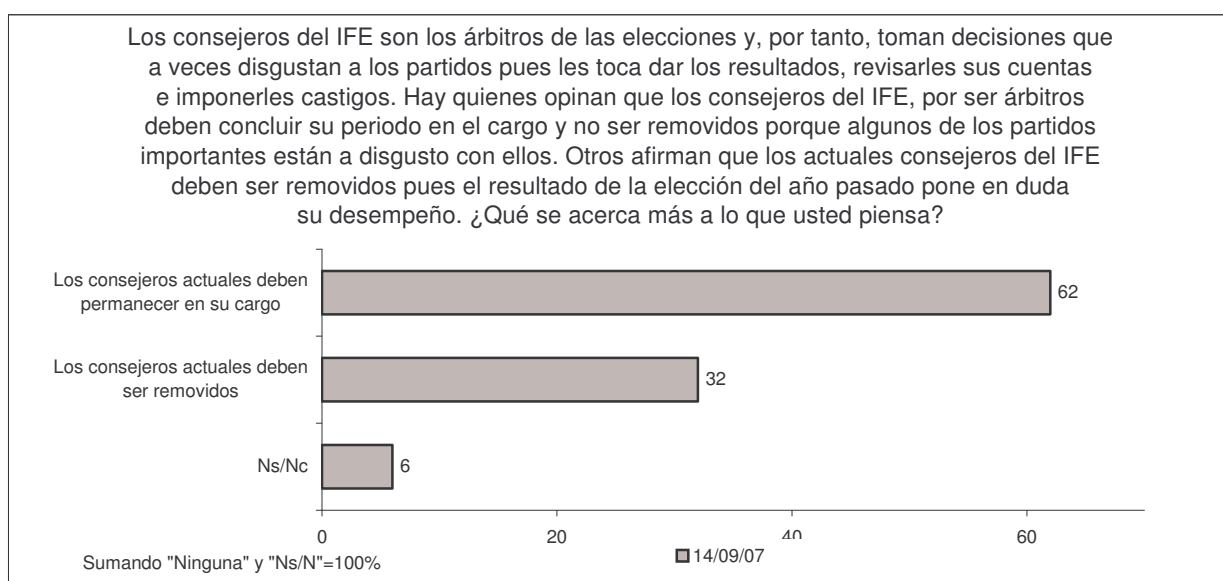
Hasta esta reforma, los partidos podían utilizar libremente los recursos que reciben para comprar espacios en la televisión para difundir los anuncios con los que promueven a sus candidatos y propuestas. La reforma aprobada prohíbe que los partidos contraten directamente estos espacios. Para ello, utilizarán los llamados tiempos oficiales y colocarán sus anuncios en la televisión y el radio a través del IFE. En principio, dos tercios de los entrevistados aprueban esta medida (*acuerdo/en parte 58%, desacuerdo/en parte 37%*). Sin embargo, al enfrentar a los entrevistados a la disyuntiva de que los partidos pudieran, como hasta ahora, comprar spots o utilizar los tiempos oficiales para las campañas, con la posible reducción de mensajes e información, la postura cambia y la mayoría rechaza la reforma, si esto implica menos información sobre los candidatos y sus propuestas (59%).

Hay quienes opinan que en las elecciones no se debe permitir a los partidos comprar anuncios en radio y televisión porque así se deja de favorecer a los medios y con el uso de los tiempos de publicidad oficiales se utilizan mejor los recursos públicos. Otros por el contrario, opinan que se debe permitir porque los tiempos de publicidad oficiales son limitados para todos los partidos que participan, lo que provocará que los ciudadanos tengan menos información para elegir a sus gobernantes. ¿Cuál de estas dos posturas se acerca más a lo que usted piensa:....?

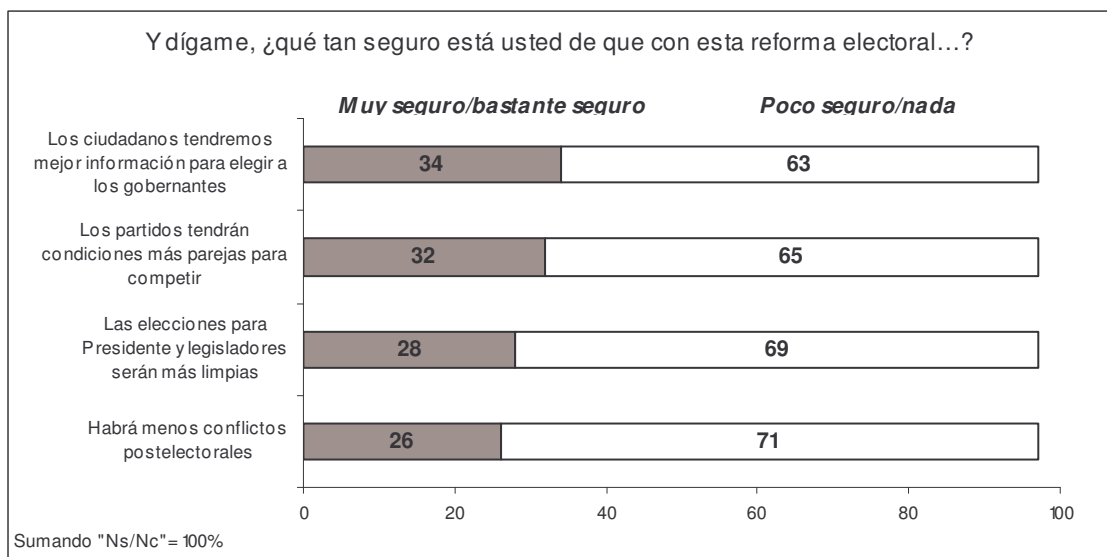


Así, la reforma electoral implica un reto importante, pues si bien se recibe favorablemente la reducción del gasto y tiempos de campaña, la población condiciona su apoyo a contar con información suficiente para decidir su voto.

La reforma constitucional aprobada contempla que el Presidente del IFE y dos consejeros más sean removidos de su puesto en lo inmediato y posteriormente el resto. Al respecto, la población mantiene su claro rechazo a la reforma y por tanto el respaldo para que permanezcan en sus puestos (62%), pues no debe quitarse a los consejeros sólo porque algunos partidos no están de acuerdo en cómo hacen las elecciones y, porque a juicio de la población han trabajado bien. Por eso, en general prevalece también la opinión de que con la reforma el IFE *pierde autonomía* (50%).



Los partidos políticos que como senadores y diputados aprobaron esta reforma, no pueden sentirse a gusto con el aparente consenso de sus reformas. De hecho, la población percibe que los principales beneficiados de la reforma son los partidos políticos (51%) y no los ciudadanos (sólo 30% considera que los ciudadanos salen beneficiados). Además expresa amplio escepticismo sobre su eficacia: la mayoría no cree que con la reforma *las elecciones serán más limpias* (poco/nada seguro 69%), *que habrá condiciones más parejas para competir* (poco/nada seguro 65%), *ni que habrá menos conflictos postelectorales* (poco/nada seguro 71%).



En una palabra, la población está contenta porque las elecciones le costarán menos, pero le preocupa y rechaza perder información y, sobre todo, mantiene su amplio y arraigado escepticismo sobre los políticos en campaña y el futuro desarrollo de los procesos electorales en el país.

**Nota metodológica.** Encuesta telefónica nacional: 13 y 14 de septiembre de 2007, 400 entrevistas efectivas a población mayor de 18 años. Método de selección de la muestra: arranque aleatorio y selección sistemática de los números telefónicos residenciales. Margen de error de +/- 5%. La encuesta telefónica tiende a reflejar más la opinión de la población con mayor ingreso y escolaridad.