

**COLUMNA INVITADA**

¿Campañas diferentes?

por **Cecilia Hernández Cruz**

abril 16, 2025

Las campañas del proceso electoral extraordinario para integrar el Poder Judicial de la Ciudad de México arrancaron el 14 de abril y concluirán el 28 de mayo. Con ellas inició una oleada de mensajes en redes sociales por parte de las personas candidatas para dar a conocer el color de la boleta en donde aparecerán, el distrito judicial en el que contendrán y, en algunos, casos, videos en los que resaltan su trayectoria profesional.

Una diferencia evidente de esta elección respecto a otras consiste en que las campañas serán autofinanciadas por las personas candidatas. No obstante, éstas deberán presentar informes de fiscalización ante el INE y respetar los topes de gastos de campaña, que para este caso fueron fijados por el IECM en 277,705 pesos, para candidaturas al Tribunal de Disciplina Judicial, y entre 111,892 y 142,056 pesos, para magistraturas y juzgados. Los recursos deberán emplearse principalmente en la elaboración de propaganda impresa, así como para gastos personales y de traslados.

Estos montos son contrastantes con los topes de gastos que se establecieron para las candidaturas a diputaciones de la CDMX en 2024, cuyo monto más bajo se fijó en 1'118,928 pesos, lo que me lleva a asegurar que estas campañas se caracterizarán por su difusión en redes sociales no pautadas.

Otras restricciones se refieren a no recibir recursos públicos ni privados, no contratar espacios en radio y televisión, no elaborar ni difundir encuestas de opinión, no ofrecer beneficios en especie o efectivo y no divulgar mensajes con referencias religiosas, que generen violencia contra las mujeres en razón de género, que constituyan calumnia o que afecten el interés superior de la niñez.

Para las personas que ya pertenecen al Poder Judicial, pero que participarán en la elección, también hay disposiciones a observar, tales como: abstenerse de utilizar instalaciones, mobiliario y recursos públicos para favorecer su campaña, así como de coaccionar el voto del personal a su cargo o ejercer sus atribuciones en beneficio de su candidatura o en perjuicio de otra.

Por otra parte, las personas servidoras públicas en general no podrán realizar actividades de proselitismo o manifestarse sobre las candidaturas buscando incidir en los resultados; sin embargo, sí podrán organizar foros de debate o alentar la participación en la elección.

El conjunto de estas reglas podría tener como resultado la ausencia de campañas estridentes y vistosas a fin de privilegiar el debate técnico y la exposición de propuestas de fondo, sin utilizar estrategias que comprometan la imagen de la justicia o que incurran en descalificaciones. Ello beneficiaría que la ciudadanía evalúe los méritos y capacidades de cada aspirante sin distracciones ni presiones externas. Esto lo sabremos al final de los 45 días de campañas, en donde veremos si predomina esta premisa o se heredan aspectos clásicos de la comunicación política.