

ACTÚAN DURANTE LAS MADRUGADAS

Investiga el IECM 28 quejas del retiro de propaganda por cuadrillas embozadas

Operan principalmente en Miguel Hidalgo, y en otras siete alcaldías

**SANDRA HERNÁNDEZ GARCÍA Y
ROCÍO GONZÁLEZ ALVARADO**

El Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) trae en la mira a supuestas cuadrillas que, amparadas en el anonimato, se dedican a retirar propaganda electoral durante las madrugadas.

En los relatos de 28 quejas que investiga el órgano electoral se ha detectado un *modus operandi* en el que los integrantes de las cuadrillas, con el rostro cubierto, retiran pendones, carteles y mantas, se trasladan en autos con placas vehiculares cubiertas y operan en cuestión de minutos y durante la madrugada, cuando disminuye la afluencia vehicular y peatonal; esto, con el propósito de que no sean objeto de ninguna indagatoria.

Dichas personas operan principalmente en puentes vehiculares y postes, de donde jalan la propaganda o la voltean. Hasta el momento se desconoce el número de individuos que participan en estos actos.

De acuerdo con las investigaciones, se ha reportado la presencia de las cuadrillas, principalmente en la alcaldía Miguel Hidalgo, que encabeza con seis quejas; seguida de Cuauhtémoc, Benito Juárez e Iztapalapa, con cuatro cada una.

También se han detectado cuadrillas en Álvaro Obregón, Gustavo A. Madero, Coyoacán y Milpa Alta.

En tanto, el IECM envió un oficio al Gobierno de la Ciudad de México y a las alcaldías para que comiencen a retirar la propaganda de lugares prohibidos, como semáforos o postes de luz; asimismo, solicitó datos

sobre la cantidad de propaganda que ha sido quitada.

Vandalismo en Tlalpan

El líder local de Morena, Sebastián Ramírez, denunció ayer la destrucción de propaganda de los candidatos de la coalición Sigamos Haciendo

do Historia en la alcaldía Tlalpan por brigadas de la oposición.

En sus redes sociales difundió un video en el que se puede observar a un grupo de personas que durante la noche destruyó y arrancó los carteles colocados en las paredes de un domicilio particular.

Se trata de dos hombres, uno con gorra azul y otro con camisa blanca, que a su paso navajean la propaganda, mientras dos mujeres que van a la saga terminan de arrancarla y la arrojan al suelo.

Desde la cámara del domicilio se ve a otra mujer y dos hombres más que siguen al grupo con material de los partidos de oposición, mientras enfrente se ve a otras tres personas tirando la propaganda de Morena, PT y PVEM colocada en una cerca.

En un comunicado, el dirigente morenista aseguró que estos hechos, que consideró “vandálicos e irracionales”, ocurrieron durante la madrugada del 31 de marzo y exigió a la candidata de la alianza Va por la Ciudad de México, Alfa González, detener sus brigadas de *porros* dedicados a vandalizar los carteles de la coalición Sigamos Haciendo Historia.





▲ Propaganda electoral colocada en la alcaldía Cuauhtémoc. Foto María Luisa Severiano

Publica organismo nuevos lineamientos

Propaganda: aprieta IECM

Prohíben utilizar cables de luz para colocar carteles de promoción

ALEJANDRO LEÓN

El Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) publicó nuevos lineamientos para que los partidos políticos dejen de colocar propaganda de sus candidatos en lugares donde pueden ocasionar un accidente.

Los espacios en los que ahora está prohibido esta práctica son puentes vehiculares y peatonales; en las marañas de cables que cuelgan de postes o en los brazos de los semáforos, entre otros.

REFORMA publicó que los partidos se aprovechan de la laxitud del Código Electoral local para poner propaganda en sitios donde lo prohíbe la Ley de Publicidad Exterior.

“Tampoco pueden estar utilizando el cableado de energía eléctrica para colocar propaganda, porque ya veíamos en algunos puntos de la Ciudad que estaban utilizando ese tipo de cableado.

“Está prohibido colocar propaganda en lugares que pongan en riesgo también a la ciudadanía (...) por si ponen propaganda en lugares que tapen la visibilidad, por ejemplo, de la señalética de la Ciudad, ya sea de las calles o de algún tipo de señalización vial”, explicó la consejera Erika Estrada en entrevista.

Detalló que las 16 alcaldías y el Gobierno de la Ciudad de México están facultadas para aplicar los lineamientos que ya están vigentes, razón por la que deberán retirar la publicidad electoral en dichos lugares.

Puntualizó que, si bien el IECM no tiene facultades para sancionar a los gobiernos,

puede avisar a la Contraloría General para que investigue las omisiones.

Estrada resaltó que la ciudadanía también puede realizar un juicio de valor para saber qué actores acatan la medida y, con lo cual, tengan más elementos para pensar su voto en las elecciones del 2 de junio.

“Les vamos a pedir un informe semanal a las alcaldías y a la Jefatura (de Gobierno) para que nos digan qué propaganda retiraron, para tener control y seguimiento, sobre todo.

“Y ofrecerle también claridad a la ciudadanía de si hubo alcaldías que retiraron algo, si hubo alcaldías que prefirieron hacer la vista gorda, cuántas toneladas se pudieron haber retirado y de qué partidos y candidaturas, sobre todo”, expresó.

Agregó que para definir las nuevas reglas tuvieron reuniones con personal de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México (Seduvi).

“Nos ayudó, como Instituto Electoral de la Ciudad de México, pues a entender un poco más cómo se está cuidando desde la Seduvi el paisaje urbano, cómo se está controlando la cantidad de postes que hay en nuestra Ciudad”, mencionó.



■ Así la propaganda colocada en puentes peatonales de la Ciudad de México por candidatos de la Oposición y Morena.



Definen prohibir espacios a propaganda electoral

(2024-04-02), Reforma.com (sitio), Alejandro León, (Nota Informativa) - 05:30:02, Precio \$86,300.00

El Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) publicó nuevos lineamientos para que los partidos políticos dejen de colocar propaganda de sus candidatos en lugares donde pueden ocasionar un accidente.

Los espacios en los que ahora está prohibido esta práctica son puentes vehiculares y peatonales; en las marañas de cables que cuelgan de postes o en los brazos de los semáforos, entre otros.

REFORMA publicó que los partidos se aprovechan de la laxitud del Código Electoral local para poner propaganda en sitios donde lo prohíbe la Ley de Publicidad Exterior.

"Tampoco pueden estar utilizando el cableado de energía eléctrica para colocar propaganda, porque ya veíamos en algunos puntos de la Ciudad que estaban utilizando ese tipo de cableado.

"Está prohibido colocar propaganda en lugares que pongan en riesgo también a la ciudadanía (...) por si ponen propaganda en lugares que tapen la visibilidad, por ejemplo, de la señalética de la Ciudad, ya sea de las calles o de algún tipo de señalización vial", explicó la consejera Erika Estrada en entrevista.

Detalló que las 16 alcaldías y el Gobierno de la Ciudad de México están facultadas para aplicar los lineamientos que ya están vigentes, razón por la que deberán retirar la publicidad electoral en dichos sitios.

Puntualizó que, si bien el IECM no tiene facultades para sancionar a los gobiernos, pueden avisar a la Contraloría General para que investigue las omisiones.

Estrada resaltó que la ciudadanía también puede realizar un juicio de valor para saber qué actores acatan la medida y, con lo cual, tengan más elementos para pensar su voto en las elecciones del 2 de junio.

"Les vamos a pedir un informe semanal a las alcaldías y a la Jefatura (de Gobierno) para que nos digan qué propaganda retiraron, para tener control y seguimiento, sobre todo.

"Y ofrecerle, pues, también claridad a la ciudadanía de si hubo alcaldías que retiraron algo, si hubo alcaldías que prefirieron hacer la vista gorda, cuántas toneladas se pudieron haber retirado y de qué partidos y candidaturas, sobre todo", expresó.

Agregó que para definir las nuevas reglas tuvieron reuniones con personal de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda de la Ciudad de México (Seduvi).

"Nos ayudó, como Instituto Electoral de la Ciudad de México a entender un poco más cómo se está cuidando desde la Seduvi el paisaje urbano, cómo se está controlando la cantidad de postes que hay en nuestra Ciudad", mencionó.

[¡De pesadilla! Basura electoral invade árboles, mobiliario urbano y hasta fachadas de casas](#)

(2024-04-01), El Gráfico (Sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 11:32:17, Precio \$29,100.00

martes 2 de abril de 2024 9:35

Ayer comenzaron las campañas de alcaldes, diputados locales y federales.. y todo luce sucio

LA PESADILLA PARTE 2: Si pensábamos que lo habíamos visto todo, de nueva cuenta la realidad nos muestra que todavía puede ser pero.

Y es que ayer comenzaron las campañas de alcaldes, diputados locales y federales; si ya con la propaganda de Clara Brugada y Santiago Taboada la ciudad lucía sucia, ayer más basura electoral apareció en las diferentes calles y avenidas.

Los llamados del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) para los candidatos han sido inútiles, en árboles, mobiliario urbano, puentes peatonales e incluso bardas y paredes de domicilios particulares.

Lo peor está por venir pues mucha de la mugre llega para quedarse...claro porque nadie la quita.

CANSADA O NORTEADA: Uno de los primeros resbalones en el inicio de campaña lo tuvo la candidata de Morena a la alcaldía Cuauhtémoc, Catalina Monreal.

Tal vez cansada por los recorridos, antes de cerrar el día la aspirante dijo: comenzamos la campaña ayer a las 12:01, cuando en realidad la campaña había comenzado en el primer minuto del 31 de marzo, si como ella dice en un video de grabado el domingo, comenzó a las 12:01 de ayer, es decir del sábado, entonces el IECM debería sancionarla por adelantarse, aunque parece que todo es producto de la fatiga del primer día.

ATAQUE EN PALACIO: Dicen que cuando la perra es brava hasta a los de casa muerde. Eso fue lo que sintió ayer la diputada federal morenista María Clemente, quien participó en la marcha por la Visibilidad Transgénero, junto con otros colectivos.

Cuando el contingente arribó al Zócalo capitalino comenzó a realizar algunas quemas y, con el pretexto de controlarlas, policías apostados en Palacio Nacional utilizaron extintores supuestamente contra el fuego, pero en realidad los dirigieron contra los manifestantes.

De poco valió que hubiera militantes pro 4T en la movilización, la policía jaló parejo sin miramientos.

Guía para la colocación de propaganda en mobiliario y equipamiento urbano

(2024-04-01), Contra Réplica CDMX (Sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 19:12:31, Precio \$30,260.00
Proceso electoral 2023- 2024

De acuerdo con los Especialistas en Derecho Electoral, Administrativo y Parlamentario "OG Consultores", el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), emitió el Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México, por el que se aprueban los Criterios relativos al uso de elementos de mobiliario y equipamiento urbano, por parte de los partidos políticos, sus candidaturas y candidaturas sin partido, para la colocación y fijación de propaganda electoral en el periodo de campaña del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.

En dicho acuerdo el Instituto señaló las reglas para la colocación de propaganda, donde puede colocarse, así como las prohibiciones que tendrán que observar tanto los partidos políticos, como candidatos.

Con el propósito de hacer un contenido claro y preciso se proporciona a los partidos políticos, candidatos y a la ciudadanía en general la presente guía.

1. ¿Qué es la propaganda electoral?

Es el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones, mantas, cartelones, pintas en bardas y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden las personas candidatas registradas y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas respectivas.

Su objeto, es propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones que fijen los partidos políticos y candidaturas sin partido en sus documentos básicos y, particularmente en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado, tal y como se precisa en el último párrafo del artículo 395 del referido.

2. ¿Qué es mobiliario Urbano?

Los elementos complementarios al equipamiento urbano ya sean fijos, móviles, permanentes o temporales, ubicados en la vía pública o en espacios públicos, formando parte de la imagen de la Ciudad, los que, según su función, se aplican para el descanso, comunicación, información, necesidades fisiológicas, comercio, seguridad, higiene, servicio, jardinería, así como aquellos otros muebles que determinen la Secretaría y la Comisión Mixta de Mobiliario Urbano.

3. ¿Qué es equipamiento Urbano?

El conjunto de inmuebles, instalaciones, construcciones y mobiliario urbano, destinados a prestar a la población servicios públicos, de administración pública, de educación y cultura; de comercio, de salud y asistencia; de deporte y de recreación, de traslado y de transporte y otros, para satisfacer sus necesidades y su bienestar.

4. ¿Qué debe contener la propaganda electoral?

El artículo 400, párrafo primero del Código prevé que la propaganda electoral deberá contener una identificación precisa del partido político y/o candidatura que se postula.

Además, deberá propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones propuestas, y agregar un lema en el que se haga referencia a evitar la compra y coacción del voto, que no rebase del 1% del desplegado total, de conformidad con el artículo 405, párrafo cuarto del Código.

5. ¿Dónde está permitido colocar propaganda electoral?

Podrá colgarse, adherirse o pegarse en inmuebles de propiedad privada, siempre que medie permiso escrito del propietario al partido político o candidato, mismo que se registrará ante el Consejo Distrital correspondiente. Podrá colgarse en los lugares de uso común que determinen los Consejos Distritales, de conformidad con los criterios que emita el Consejo General previo acuerdo con las autoridades correspondientes. No podrá utilizarse para adherir o pegar propaganda electoral, materiales adhesivos que dañen el mobiliario urbano, como engrudo, pegamento blanco, cemento, o cualquier elemento que dificulte su remoción.

6. ¿Dónde no se puede colocar propaganda electoral?

No podrá adherirse, pintarse o pegarse en elementos carretero o ferroviario, ni en accidentes geográficos cualquiera que sea su régimen jurídico.

No podrá colgarse, fijarse, pintarse o pegarse en monumentos históricos, arqueológicos, artísticos, construcciones de valor cultural, edificios públicos, ya sea al interior o exterior, de los tres órdenes de gobierno; inclusive fuera de los procesos electorales. No podrá colgarse, fijarse, pintarse o pegarse en árboles o arbustos.

No podrá colgarse o fijarse propaganda electoral que restrinja y/o impida en cualquier modo la libre circulación de transeúntes o la visibilidad de conductores de vehículos de cualquier tipo.

No podrá colgarse o fijarse propaganda electoral que, ponga en riesgo la integridad física de las personas; por lo que, se restringe su colocación en:

- a) Puentes peatonales y vehiculares;
- b) Postes de suministro de energía eléctrica, de telefonía, de conexión de redes y/o fibra óptica;
- c) Cables de suministro de energía eléctrica o servicios de telecomunicaciones;
- d) Parte superior de poste, brazo y luces de semáforos de tránsito vehicular o peatonal;
- e) Cualquier tipo de señalización vial o de nomenclatura de las calles y avenidas, que restrinja y/o impida en cualquier modo su visibilidad;
- f) Muros o alambrados de contención que se encuentren sobre cualquier tipo de vialidad;
- g) Entre dos o más postes o elementos auto soportados

Finalmente OG Consultores, señalaron que la colocación o fijación de la propaganda electoral no deberá dañar el mobiliario o equipamiento urbano o poner en riesgo la salud o integridad física de las personas, transeúntes y vehículos, por lo que no se podrá colocar encima de pasos peatonales o de espacios exclusivos para personas con discapacidad, así como en lugares que pongan en riesgo la circulación de automóviles, incluidas todas aquellas instalaciones que formen parte del sistema de transporte colectivo.

[El IECM aprobó los criterios para la colocación de propaganda electoral; no debe afectar a peatones o automovilistas. El Gobierno de la CDMX debe informar de la situación.](#)

(2024-04-01), Canal 2 Las Estrellas, Las Noticias, Santos Mondragón, (Nota Informativa) - 06:16:41, Duración: 00:00:36 Precio \$291,888.00

SANTOS MONDRAGÓN, CONDUCTOR: El Instituto Electoral de la Ciudad de México aprobó los criterios para la colocación de propaganda electoral. Entre otros puntos, se ordena no utilizar materiales que dañen el mobiliario urbano, afecten la libre circulación de peatones o la visibilidad de automovilistas, tampoco fijar propaganda en monumentos o construcciones de valor cultural o histórico.

El Gobierno de la Ciudad de México y a las alcaldías deben informar las acciones para dar cumplimiento a este acuerdo.

[El IECM aprobó los criterios para la colocación de propaganda electoral; no debe afectar a peatones o automovilistas; el Gobierno de la CDMX debe informar de la situación al INE.](#)

(2024-04-01), Canal 2 Las Estrellas, Despierta, Enrique Campos, (Nota Informativa) - 07:18:51, Duración: 00:01:02 Precio \$502,696.00

ENRIQUE CAMPOS SUÁREZ, CONDUCTOR: El Instituto Electoral de la Ciudad de México acordó los lineamientos para la colocación de propaganda electoral durante este proceso, y destaca que no se podrá utilizar material que dañe el mobiliario urbano, como engrudo, pegamento blanco o cemento, no se podrá colgar propaganda en monumentos históricos, arqueológicos, artísticos, construcciones de valor cultural o edificios públicos de los tres órdenes de gobierno, no se podrá poner en los puentes peatonales y vehiculares en poses de suministro de energía eléctrica, no se podrá colocar en árboles o en lugares que impidan la libre circulación.

El Gobierno de la Ciudad de México y las alcaldías deberán supervisar e informar de manera semanal al Instituto Electoral las acciones para dar cumplimiento a este acuerdo. Es importante señalar que en este proceso electoral se han presentado 571 quejas, la mayoría por actos anticipados de campaña y el uso indebido de recursos públicos. El Instituto electoral pide respetar las reglas de la contienda.

[Colocación de propaganda electoral en calles y edificios de la CDMX. \(Reportaje\)](#)

(2024-04-01), Canal 21 Capital 21, Informe Capital, Braulio Luna, (Reportaje) - 21:15:54, Duración: 00:03:52 Precio \$0.00

Colocación de propaganda electoral en calles y edificios de la CDMX. (Reportaje) La disputa por un cargo público en la CDMX durante el proceso electoral 2024 está reflejado en cada poste, puente, avenida, y calles de la CDMX con la instalación masiva de propaganda electoral. El IECM aprobó el pasado viernes la prohibición de instalación de propaganda política en puentes peatonales, vehiculares, árboles, puentes, postes, o señalizaciones, en algunos lugares como Coyoacán, se hizo caso omiso de la regulación.

[En entrevista, Joel Reyes Martínez, consultor de derecho constitucional y electoral, habló sobre arranque de campañas en la CDMX en las 16 alcaldías.](#)

(2024-04-01), 102.5 MVS Noticias, Pamela Cerdeira en MVS, Pamela Cerdeira, (Entrevista) - 16:37:43, Duración: 00:11:16 Precio \$770,640.00

En entrevista, Joel Reyes Martínez, consultor de derecho constitucional y electoral, habló sobre arranque de campañas en la CDMX en las 16 alcaldías. Joel Reyes Martínez comentó que este domingo arrancaron las campañas en la ciudad de México por las 16 alcaldías y 34 diputaciones de mayoría relativa que se elegirán conjuntamente con las elecciones federales el próximo dos de junio. Es una elección, la más inmensa en la historia y parece que se da una contienda en la Ciudad de México. Mencionó que la elección, sobre todo la de los congresos federal y locales, entre ellos de la CDMX, es más importante que las elecciones de jefatura de Gobierno, incluso la presidencial, lo que se ve sobre la mesa y a lo que están convocando a votar el próximo dos de junio son dos proyectos, por lo menos lo que encabezan claramente las encuestas, que contratan visiones distintas del país, incluso antagónica, mencionó. También mencionó, que el presidente López Obrador, desde que asumió el cargo, su bandera ha sido una transformación de fondo y eso requiere de una mayoría. El conductor mencionó que la semana pasada el IECM aprobó un acuerdo por el que se prohíbe colocación de propaganda en puentes peatonales, puentes vehiculares y hoy aparece tapizado de propaganda de distintos colores. Ante esto, Joel Reyes, comentó que se habla de una legislación electoral que data del 94 o 96, entonces es necesaria, y luego de esta elección, se podría afirmar que viene una reforma electoral.

[Santiago Taboada desembolsa 15 mdp para propaganda en CDMX \(nota de Atzayacatl Cabrera en OEM-Informex\)](#)

(2024-04-01), Julio Astillero (sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 08:34:59, Precio \$5,000.00

Atzayacatl Cabrera / OEM-Informex

El candidato a la jefatura de Gobierno de la coalición Va por la Ciudad de México, Santiago Taboada, priorizó entre sus gastos de campaña la propaganda en vía pública durante el primer mes de la contienda electoral.

Entre el 1 y el 29 de marzo, el abanderado del PRI, PAN y PRD erogó 15.2 millones de pesos en propaganda electoral para la vía pública y es el contendiente que más gastos ha reportado en este rubro. Esta suma representa 80 por ciento de sus gastos en la carrera electoral a la Jefatura de Gobierno.

Durante el primer mes de campaña, el exalcalde de Benito Juárez registró en total gastos por 19.5 millones de pesos, hasta el 29 de marzo. Por su parte, Clara Brugada Molina reportó erogaciones por 6.8 millones de pesos, mientras que Salomón Chertorivski Woldenberg gastó 7.2 millones de pesos, según el Portal de Rendición de Cuentas y Resultados de Fiscalización del INE.

Contrario a lo que se puede observar diariamente en una Ciudad de México tapizada con pendones electorales de Santiago Taboada y Clara Brugada, la abanderada del oficialismo ha reportado pocos gastos en propaganda para la vía pública; únicamente 20 mil 300 pesos.

Cabe resaltar que ambos aspirantes a la Jefatura de Gobierno capitalina, Taboada y Brugada, han infringido diversas normas por los sitios en los que han colocado su propaganda.

El artículo 250 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales especifica que la propaganda en vía pública no puede colgarse en elementos del equipamiento urbano, ni obstaculizar en forma alguna la visibilidad de los señalamientos que permiten a las personas transitar y orientarse. Tampoco puede fijarse o pintarse en monumentos ni en edificios públicos.

Para el caso particular de la Ciudad de México, el artículo 403 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales precisa que la propaganda electoral tampoco puede "adherirse, pintarse o pegarse en elementos carretero o ferroviario", ni "en monumentos históricos, arqueológicos, artísticos, construcciones de valor cultural, en árboles o arbustos, ni en el exterior de edificios públicos".

Además en la sesión urgente del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) realizada el viernes pasado, se instruyó definitivamente los lugares donde se podrá colocar la propaganda electoral; se prohibió su uso en puentes, árboles y postes y en edificios públicos, pero entre los logros de los representantes partidistas, se consiguió que se pueda colocar amarrada entre dos o más postes.

Mientras Taboada priorizó el gasto en propaganda en vía pública, la candidata de Morena-PT-PVEM y el candidato de Movimiento Ciudadano enfocaron sus recursos en gastos operativos de campaña, es decir, la producción de eventos y mítines políticos.

En este concepto, Santiago Taboada sólo reportó gastos por 661 mil pesos para mítines y actos políticos. Además, es el único candidato, hasta el momento, que ha pagado por propaganda en salas de cine.

Por su parte, Clara Brugada utilizó el triple de recursos que Taboada para sus gastos operativos y Salomón Chertorivski cuadruplicó el gasto en el mismo rubro.

Hasta el momento, el panista es el que menos actividades ha reportado: registró 39 eventos. En tanto, la morenista ha encabezado 142 actos político y el emecista presidió 129 eventos.

En el primer mes de la contienda, Santiago Taboada es el candidato que más recursos ha erogado. Sin embargo, sus gastos se mantienen en una cifra proporcional del tope de 63 millones 405 mil 432.64 pesos, establecido por el Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM). Es decir, en uno de los tres meses que dura la campaña, el panista gastó casi una tercera parte del límite de gastos oficial.

El Sol de México consultó a los equipos de los candidatos sobre el gasto en propaganda, pero hasta el cierre de la edición no hubo respuesta.

Priorizan a sus followers

En la carrera a la Jefatura de Gobierno, tanto Clara Brugada como Salomón Chertorivski han buscado posicionarse con sus seguidores en redes sociales. En el caso de Santiago Taboada la historia es diferente puesto que no ha reportado pagos por publicidad en internet.

En el primer mes de campaña, la abanderada de Morena, PT y PVEM reportó ante el INE 788 mil pesos para propaganda en redes sociales y páginas de internet. De esta suma, entre el 27 de febrero y el 27 marzo de 2024 gastó 189 mil 111 pesos en anuncios para redes sociales como Facebook e Instagram, según los datos de la Biblioteca de Anuncios de Meta.

El fin de semana pasado, por ejemplo, la excalcaldesa de Iztapalapa impulsó publicaciones con propuestas para ampliar los servicios de la Clínica Condesa y garantizar los derechos de las familias del mismo sexo.

En el caso de Salomon Chertorivski, la Biblioteca de Anuncios de Meta expone que gastó más del doble que Clara Brugada. En el mismo lapso destinó 533 mil 942 pesos en anuncios para Facebook e Instagram.

Chertorivski ha declarado en el Portal de Rendición de Cuentas de Fiscalización del INE 2.5 millones de pesos erogados para propaganda en redes sociales e internet.

ESTE CONTENIDO ES PUBLICADO POR julioastillero.com CON AUTORIZACIÓN EXPRESA DE OEM-INFORMEX. Prohibida su reproducción.

[Taboada desembolsa 15 mdp para propaganda en CDMX](#)

(2024-04-01), El Sol de México (sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 05:24:23, Precio \$28,500.00

El candidato a la jefatura de Gobierno de la coalición Va por la Ciudad de México, Santiago Taboada, priorizó entre sus gastos de campaña la propaganda en vía pública durante el primer mes de la contienda electoral.

Entre el 1 y el 29 de marzo, el abanderado del PRI, PAN y PRD erogó 15.2 millones de pesos en propaganda electoral para la vía pública y es el contendiente que más gastos ha reportado en este rubro. Esta suma representa 80 por ciento de sus gastos en la carrera electoral a la Jefatura de Gobierno.

Durante el primer mes de campaña, el exalcalde de Benito Juárez registró en total gastos por 19.5 millones de pesos, hasta el 29 de marzo. Por su parte, Clara Brugada Molina reportó erogaciones por 6.8 millones de pesos, mientras que Salomón Chertorivski Woldenberg gastó 7.2 millones de pesos, según el Portal de Rendición de Cuentas y Resultados de Fiscalización del INE.

Contrario a lo que se puede observar diariamente en una Ciudad de México tapizada con pendones electorales de Santiago Taboada y Clara Brugada, la abanderada del oficialismo ha reportado pocos gastos en propaganda para la vía pública; únicamente 20 mil 300 pesos.

Cabe resaltar que ambos aspirantes a la Jefatura de Gobierno capitalina, Taboada y Brugada, han infringido diversas normas por los sitios en los que han colocado su propaganda.

El artículo 250 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales especifica que la propaganda en vía pública no puede colgarse en elementos del equipamiento urbano, ni obstaculizar en forma alguna la visibilidad de los señalamientos que permiten a las personas transitar y orientarse. Tampoco puede fijarse o pintarse en monumentos ni en edificios públicos.

Para el caso particular de la Ciudad de México, el artículo 403 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales precisa que la propaganda electoral tampoco puede "adherirse, pintarse o pegarse en elementos carretero o ferroviario", ni "en monumentos históricos, arqueológicos, artísticos, construcciones de valor cultural, en árboles o arbustos, ni en el exterior de edificios públicos".

Además en la sesión urgente del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) realizada el viernes pasado, se instruyó definitivamente los lugares donde se podrá colocar la propaganda electoral; se prohibió su uso en puentes, árboles y postes y en edificios públicos, pero entre los logros de los representantes partidistas, se consiguió que se pueda colocar amarrada entre dos o más postes.

Mientras Taboada priorizó el gasto en propaganda en vía pública, la candidata de Morena-PT-PVEM y el candidato de Movimiento Ciudadano enfocaron sus recursos en gastos operativos de campaña, es decir, la producción de eventos y mítines políticos.

En este concepto, Santiago Taboada sólo reportó gastos por 661 mil pesos para mítines y actos políticos. Además, es el único candidato, hasta el momento, que ha pagado por propaganda en salas de cine.

Por su parte, Clara Brugada utilizó el triple de recursos que Taboada para sus gastos operativos y Salomón Chertorivski cuadruplicó el gasto en el mismo rubro.

Hasta el momento, el panista es el que menos actividades ha reportado: registró 39 eventos. En tanto, la morenista ha encabezado 142 actos político y el emecista presidió 129 eventos.

En el primer mes de la contienda, Santiago Taboada es el candidato que más recursos ha erogado. Sin

embargo, sus gastos se mantienen en una cifra proporcional del tope de 63 millones 405 mil 432.64 pesos, establecido por el Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM). Es decir, en uno de los tres meses que dura la campaña, el panista gastó casi una tercera parte del límite de gastos oficial.

El Sol de México consultó a los equipos de los candidatos sobre el gasto en propaganda, pero hasta el cierre de la edición no hubo respuesta.

Priorizan a sus followers

En la carrera a la Jefatura de Gobierno, tanto Clara Brugada como Salomón Chertorivski han buscado posicionarse con sus seguidores en redes sociales. En el caso de Santiago Taboada la historia es diferente puesto que no ha reportado pagos por publicidad en internet.

En el primer mes de campaña, la abanderada de Morena, PT y PVEM reportó ante el INE 788 mil pesos para propaganda en redes sociales y páginas de internet. De esta suma, entre el 27 de febrero y el 27 marzo de 2024 gastó 189 mil 111 pesos en anuncios para redes sociales como Facebook e Instagram, según los datos de la Biblioteca de Anuncios de Meta.

El fin de semana pasado, por ejemplo, la excalcaldesa de Iztapalapa impulsó publicaciones con propuestas para ampliar los servicios de la Clínica Condesa y garantizar los derechos de las familias del mismo sexo.

En el caso de Salomon Chertorivski, la Biblioteca de Anuncios de Meta expone que gastó más del doble que Clara Brugada. En el mismo lapso destinó 533 mil 942 pesos en anuncios para Facebook e Instagram.

Chertorivski ha declarado en el Portal de Rendición de Cuentas de Fiscalización del INE 2.5 millones de pesos erogados para propaganda en redes sociales e internet.