

DARÁN 833 MILLONES DEL ERARIO A PARTIDOS EN CDMX

Por [CDMX Magacín](#)

El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) aprobó que para este 2024 los partidos políticos tendrán un financiamiento público que asciende a un total de 833 millones 102 mil 794.16 pesos, equivalentes a alrededor del 40% del Presupuesto de Egresos que le fue asignado al IECM para el Ejercicio Fiscal 2024, el cual es de 2 mil 100 millones de pesos.

En sesión pública extraordinaria, en el acuerdo se detalla que los partidos políticos en la Ciudad de México ejercerán este año la cantidad de 537 millones 485 mil 136.87 pesos para el sostenimiento de sus actividades extraordinarias permanentes; en tanto, 16 millones 124 mil 554.11 pesos destinados a sus actividades específicas.

Asimismo, 279 millones 492 mil 271.18 pesos por concepto de campaña de los partidos políticos y candidaturas sin partido en la capital del país.

En cuanto al financiamiento público por concepto de campaña de las candidaturas sin partido, en el documento se inscribe que, para la elección de la jefatura de Gobierno, corresponde un millón 827 mil 449.47 pesos, mismos que serán distribuidos en forma equitativa entre los [candidatos](#) que obtengan el registro de dicha [candidatura](#).

Por otro lado, se distribuirá de manera equitativa entre las candidaturas sin partido registradas para la elección de las diputaciones locales, un millón 773 mil 700.95 pesos. Monto similar corresponde a las campañas de las candidaturas sin partido que obtengan registro para la elección de las alcaldías.

Respecto a la distribución del financiamiento público, tanto para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes y actividades específicas, así como gastos de campaña, se hizo con base en lo establecido en el artículo 333, fracciones 2 y 3, del Código de Instituciones y Procedimientos [Electorales](#) de la Ciudad de México.

En la misma sesión, el Consejo General aprobó, también, un Acuerdo por el que se determinan las cantidades líquidas mínimas que los partidos políticos deberán destinar a las actividades relativas a Liderazgos Femeninos, Liderazgos Juveniles y a Estudios de Investigación de temas de la [CDMX](#), durante el ejercicio 2024.



Darán 833 millones del erario a partidos en CDMX

(2024-01-07), Mensaje Político (Sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 21:58:27, Precio \$5,000.00
CDMX Magacín

El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) aprobó que para este 2024 los partidos políticos tendrán un financiamiento público que asciende a un total de 833 millones 102 mil 794.16 pesos, equivalentes a alrededor del 40% del Presupuesto de Egresos que le fue asignado al IECM para el Ejercicio Fiscal 2024, el cual es de 2 mil 100 millones de pesos.

En sesión pública extraordinaria, en el acuerdo se detalla que los partidos políticos en la Ciudad de México ejercerán este año la cantidad de 537 millones 485 mil 136.87 pesos para el sostenimiento de sus actividades extraordinarias permanentes; en tanto, 16 millones 124 mil 554.11 pesos destinados a sus actividades específicas.

Asimismo, 279 millones 492 mil 271.18 pesos por concepto de campaña de los partidos políticos y candidaturas sin partido en la capital del país.

En cuanto al financiamiento público por concepto de campaña de las candidaturas sin partido, en el documento se inscribe que, para la elección de la jefatura de Gobierno, corresponde un millón 827 mil 449.47 pesos, mismos que serán distribuidos en forma equitativa entre los candidatos que obtengan el registro de dicha candidatura.

Por otro lado, se distribuirá de manera equitativa entre las candidaturas sin partido registradas para la elección de las diputaciones locales, un millón 773 mil 700.95 pesos. Monto similar corresponde a las campañas de las candidaturas sin partido que obtengan registro para la elección de las alcaldías.

Respecto a la distribución del financiamiento público, tanto para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes y actividades específicas, así como gastos de campaña, se hizo con base en lo establecido en el artículo 333, fracciones 2 y 3, del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México.

En la misma sesión, el Consejo General aprobó, también, un Acuerdo por el que se determinan las cantidades líquidas mínimas que los partidos políticos deberán destinar a las actividades relativas a Liderazgos Femeninos, Liderazgos Juveniles y a Estudios de Investigación de temas de la CDMX, durante el ejercicio 2024.

Darán 833 millones del erario a partidos en CDMX

(2024-01-07), Mexiqueño EDO.MEX (Sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 21:53:25, Precio \$5,000.00

El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) aprobó que para este 2024 los partidos políticos tendrán un financiamiento público que asciende a un total de 833 millones 102 mil 794.16 pesos, equivalentes a alrededor del 40% del Presupuesto de Egresos que le fue asignado al IECM para el Ejercicio Fiscal 2024, el cual es de 2 mil 100 millones de pesos. FOTO: IECM

CDMX Magacín

El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) aprobó que para este 2024 los partidos políticos tendrán un financiamiento público que asciende a un total de 833 millones 102 mil 794.16 pesos, equivalentes a alrededor del 40% del Presupuesto de Egresos que le fue asignado al IECM para el Ejercicio Fiscal 2024, el cual es de 2 mil 100 millones de pesos.

En sesión pública extraordinaria, en el acuerdo se detalla que los partidos políticos en la Ciudad de México ejercerán este año la cantidad de 537 millones 485 mil 136.87 pesos para el sostenimiento de sus actividades extraordinarias permanentes; en tanto, 16 millones 124 mil 554.11 pesos destinados a sus actividades específicas.

Asimismo, 279 millones 492 mil 271.18 pesos por concepto de campaña de los partidos políticos y candidaturas sin partido en la capital del país.

En cuanto al financiamiento público por concepto de campaña de las candidaturas sin partido, en el documento se inscribe que, para la elección de la jefatura de Gobierno, corresponde un millón 827 mil 449.47 pesos, mismos que serán distribuidos en forma equitativa entre los candidatos que obtengan el registro de dicha candidatura.

Por otro lado, se distribuirá de manera equitativa entre las candidaturas sin partido registradas para la elección de las diputaciones locales, un millón 773 mil 700.95 pesos. Monto similar corresponde a las campañas de las candidaturas sin partido que obtengan registro para la elección de las alcaldías.

Respecto a la distribución del financiamiento público, tanto para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes y actividades específicas, así como gastos de campaña, se hizo con base en lo establecido en el artículo 333, fracciones 2 y 3, del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México.

En la misma sesión, el Consejo General aprobó, también, un Acuerdo por el que se determinan las cantidades líquidas mínimas que los partidos políticos deberán destinar a las actividades relativas a Liderazgos Femeninos, Liderazgos Juveniles y a Estudios de Investigación de temas de la CDMX, durante el ejercicio 2024.

Partidos recibirán 833 mdp de financiamiento

(2024-01-07), Diario Basta (Sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 19:36:21, Precio \$5,000.00

El presupuesto fue aprobado por el Consejo General del IECM

REDACCIÓN, GRUPO CANTÓN

Mediante un acuerdo se determinó el financiamiento público para las actividades de los partidos políticos para el proceso electoral del 2024, el cual asciende a 833 millones 102 mil 794 pesos, el cual fue aprobado por el Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM).

El monto del financiamiento público equivale al 40 por ciento del Presupuesto de Egresos que le fue asignado al IECM para el Ejercicio Fiscal 2024, el cual fue de 2 millones 100 mil pesos.

En ese sentido, el acuerdo aprobado en sesión pública extraordinaria, especificó que para el sostenimiento de sus actividades, los partidos políticos en la Ciudad de México ejercerán este año la cantidad de 537 millones 485 mil 136 pesos, y para sus actividades específicas, la cantidad de 16 millones 124 mil 554 pesos; mientras que el monto del financiamiento público por concepto de campaña de los institutos políticos y candidaturas sin partido en la Ciudad de México, a ejercer en el proceso electoral local ordinario 2023-2024, asciende a 279 millones 492 mil 271 pesos.

En cuanto al financiamiento público por concepto de campaña de las candidaturas independientes, a la elección de la Jefatura de Gobierno, corresponde 1 millón 827 mil 449 pesos, los cuales serán distribuidos de manera equitativa entre los ciudadanos que obtengan el registro de dicha candidatura.

En tanto, que para la elección de las diputaciones locales, se distribuirá equitativamente entre las candidaturas sin partido registradas 1 millón 773 mil 700 pesos, y el mismo monto corresponde a las campañas de las candidaturas sin partido que obtengan registro para la elección de las alcaldías.

De igual manera, se aprobó el acuerdo por el que se determinan los límites en las aportaciones del financiamiento privado que podrán recibir los partidos políticos, por sus militantes, simpatizantes y candidatos, así como el límite individual de las aportaciones de las personas físicas durante el ejercicio de este año.

Darán 833 millones del erario a partidos en CDMX

(2024-01-08), Reporte Coyoacán CDMX (sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 05:07:29, Precio \$5,000.00

El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) aprobó que para este 2024 los partidos políticos tendrán un financiamiento público que asciende a un total de 833 millones 102 mil 794.16 pesos, equivalentes a alrededor del 40% del Presupuesto de Egresos que le fue asignado al IECM para el Ejercicio Fiscal 2024, el cual es de 2 mil 100 millones de pesos.

En sesión pública extraordinaria, en el acuerdo se detalla que los partidos políticos en la Ciudad de México ejercerán este año la cantidad de 537 millones 485 mil 136.87 pesos para el sostenimiento de sus actividades extraordinarias permanentes; en tanto, 16 millones 124 mil 554.11 pesos destinados a sus actividades específicas.

Asimismo, 279 millones 492 mil 271.18 pesos por concepto de campaña de los partidos políticos y candidaturas sin partido en la capital del país.

En cuanto al financiamiento público por concepto de campaña de las candidaturas sin partido, en el documento se inscribe que, para la elección de la jefatura de Gobierno, corresponde un millón 827 mil 449.47 pesos, mismos que serán distribuidos en forma equitativa entre los candidatos que obtengan el registro de dicha candidatura.

Por otro lado, se distribuirá de manera equitativa entre las candidaturas sin partido registradas para la elección de las diputaciones locales, un millón 773 mil 700.95 pesos. Monto similar corresponde a las campañas de las candidaturas sin partido que obtengan registro para la elección de las alcaldías.

Respecto a la distribución del financiamiento público, tanto para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes y actividades específicas, así como gastos de campaña, se hizo con base en lo establecido en el artículo 333, fracciones 2 y 3, del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México.

En la misma sesión, el Consejo General aprobó, también, un Acuerdo por el que se determinan las cantidades líquidas mínimas que los partidos políticos deberán destinar a las actividades relativas a Liderazgos Femeninos, Liderazgos Juveniles y a Estudios de Investigación de temas de la CDMX, durante el ejercicio 2024.

Darán 833 millones del erario a partidos en CDMX

(2024-01-08), Reporte AO CDMX (Sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 05:07:21, Precio \$5,000.00

El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) aprobó que para este 2024 los partidos políticos tendrán un financiamiento público que asciende a un total de 833 millones 102 mil 794.16 pesos, equivalentes a alrededor del 40% del Presupuesto de Egresos que le fue asignado al IECM para el Ejercicio Fiscal 2024, el cual es de 2 mil 100 millones de pesos.

En sesión pública extraordinaria, en el acuerdo se detalla que los partidos políticos en la Ciudad de México ejercerán este año la cantidad de 537 millones 485 mil 136.87 pesos para el sostenimiento de sus actividades extraordinarias permanentes; en tanto, 16 millones 124 mil 554.11 pesos destinados a sus actividades específicas.

Asimismo, 279 millones 492 mil 271.18 pesos por concepto de campaña de los partidos políticos y candidaturas sin partido en la capital del país.

En cuanto al financiamiento público por concepto de campaña de las candidaturas sin partido, en el documento se inscribe que, para la elección de la jefatura de Gobierno, corresponde un millón 827 mil 449.47 pesos, mismos que serán distribuidos en forma equitativa entre los candidatos que obtengan el registro de dicha candidatura.

Por otro lado, se distribuirá de manera equitativa entre las candidaturas sin partido registradas para la elección de las diputaciones locales, un millón 773 mil 700.95 pesos. Monto similar corresponde a las campañas de las candidaturas sin partido que obtengan registro para la elección de las alcaldías.

Respecto a la distribución del financiamiento público, tanto para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes y actividades específicas, así como gastos de campaña, se hizo con base en lo establecido en el artículo 333, fracciones 2 y 3, del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México.

En la misma sesión, el Consejo General aprobó, también, un Acuerdo por el que se determinan las cantidades líquidas mínimas que los partidos políticos deberán destinar a las actividades relativas a Liderazgos Femeninos, Liderazgos Juveniles y a Estudios de Investigación de temas de la CDMX, durante el ejercicio 2024.



Yunes reúne a Beatriz con Xóchitl

Desde que se **definió** que fuera **Pepe Yunes** el candidato del frente opositor a la gubernatura de **Veracruz**, se ha dado en aquellas tierras un **fenómeno** interesante.

El **precandidato** ha conseguido lo **impensado**: que los diversos

grupos políticos del **PRI**, **PAN** y **PRD** acepten trabajar **unidos**, a pesar de que en pasadas **contenidas** fueron acérrimos **rivales**.

Y este fin de semana el **precandidato** tuvo otro **logro**: mostrar **unidas**, en un mismo evento (la **conmemoración** de la promulgación de la **Ley Agraria**) a **Beatriz Paredes** y a **Xóchitl Gálvez**.

La campaña de **Pepe Yunes**, que arrancó hace una semana, ha ido **creciendo**, mientras que la **aspirante** de **Morena**, **Rocío Nahle**, no está exenta de **controversia**.

¿La más **reciente**? Utilizar a la **televisora** del Gobierno estatal para **transmitir** durante más de hora y media su **mitin**.

La conexión Gurrión-Murat

Nos dicen que **Samuel "Sammy" Gurrión Matías**, diputado local del **PVEM** en el congreso de **Oaxaca**, sería uno de los personajes que están siendo **investigados** por manejos **irregulares** durante la administración de **Alejandro**

Murat como **gobernador**, y al parecer, al **legislador** se le apunta directamente como **cómplice** del exmandatario en **presuntos moches**.

Ya en su momento causó **polémica** que **Murat** lo arrojara durante su **campana** a la **gubernatura** a pesar de las **investigaciones** por presunto **lavado de dinero** que pesaban sobre **Gurrión**. Al parecer siguió con las mismas **"mañas"** ya como secretario del **Medio Ambiente** estatal, dicen.

Año crucial para el IECM

Las **elecciones** del **2024** tendrán como la **joya** de la corona la **Ciudad de México**, lo que avizora un gran reto para el **Instituto Electoral de la Ciudad de México**, que encabeza la Maestra **Patricia Avendaño Durán**, órgano electoral que, por cierto, ya se prepara para festejar su **25 Aniversario**, tiempo en el que ha contribuido a la **democracia** y ha generado **certeza** en los **procesos electorales**; además de ser pionero en el **voto electrónico**.

Habrà que estar atentos a las actividades del **Instituto** en este año crucial en el que varias **alcaldías** podrían estar cambiando de **color**, sin duda un gran **desafío** en estos tiempos de **austeridad**.



Brugada domina en búsquedas de Google y YouTube

MilenIA, nuevo producto de MILENIO, revela quién lidera la atención digital en CdMx

SALVADOR FRAUSTO - PÁGS. 12 Y 13



Clara reina en Google, radio, YouTube, tv...

Precampañas. Del 5 de noviembre al 3 de enero, la aspirante a la Jefatura de Gobierno acaparó la atención del público en esas plataformas, de acuerdo con una investigación de MilenIA

SALVADOR FRAUSTO
CIUDAD DE MÉXICO

“Los medios no la llaman”. Los focos de alerta lanzaban destellos. Corría la primera semana de diciembre y en el equipo de precampaña de Clara Brugada cundía una preocupación ansiosa sobre la falta de cobertura en radio y televisión. “La precandidata no se está acercando a los medios”,

respondía un veterano periodista ante el reclamo del operador electoral de la aspirante a la Jefatura de Gobierno de CdMx.

Aquella semana gris, la morenista se había tomado una foto con Marcelo Ebrard, la *corcholata* defenestrada del club de los consentidos de la 4T; ese era su evento

con mayores repercusiones mediáticas. Su principal contrincante, Santiago Taboada, en cambio, daba una entrevista tras otra y captaba el interés informativo luego de que el Tribunal Electoral capitalino



le otorgara licencia para separarse de manera definitiva de su cargo como alcalde de Benito Juárez; el panista estaba de plácemes, era la novedad.

El Monitoreo de Radio y Televisión del Instituto Electoral chilango reportaba que, entre el 4 y el 10 de diciembre, Taboada había acaparado 58 por ciento del tiempo de transmisión de los principales noticieros de radio y televisión; una hora y 49 segundos al aire bien valen una misa, dirían algunos panistas.

La morenista tuvo incluso menor cobertura que el tercer retransmisor de la contienda, Salomón Chertorivski, quien consumió 23 por ciento del tiempo mediático: 24 minutos con tres segundos; Brugada alcanzó 19 minutos y 58 segundos de la atención que otor-

gan los conductores que guían a la opinión pública, lo cual representó 19 por ciento del tiempo de transmisión en esa semana.

“Tuvimos que hacer un ajuste de tuercas, afinar las estrategias de tierra, aire y mar porque en las primeras semanas hubo buena cobertura y presencia en redes, pero de pronto salimos de la atención pública, teníamos que volver a colocarnos como un asunto novedoso. ¡Y lo conseguimos! Ganamos la precampaña: estamos más de 20 puntos arriba en las encuestas y tenemos buen jale en medios y redes”, asegura contento el operador morenista.

Una investigación de MilenIA / Central de Datos e Inteligencia Artificial revela que durante la precampaña (5 de noviembre de 2023 al 3 de enero de 2024) Clara Brugada doblegó a Santiago Taboada en búsquedas de Google, lo arrasó en consultas de videos que circulan en YouTube y alcanzó ligera dominancia en cobertura de radio y televisión; las encuestas también la favorecen por un amplio margen.

Sin embargo, en las últimas dos semanas el panista rebasó

por ciertos días a la morenista en cuanto a presencia en redes sociales. Un informe basado en inteligencia artificial (IA), elaborado por el especialista Alberto Escorcia, plantea que Taboada logró meterse a la conversación digital en dicho periodo.

Entre el 28 de diciembre pasado y el 5 de enero de este año, la herramienta Buzzumo permitió establecer que circularon 999 artículos de alto impacto en Facebook, X y YouTube y, aunque buena parte de estas referencias traía una carga negativa, principalmente por la presunta participación de haitia-

nos en un evento del panista, tuvo más de 44 mil reacciones.

En ese mismo lapso, 722 notas sobre Brugada navegaron en redes, suscitando casi 15 mil reacciones; Chertorivski logró hacerse ver con 42 piezas periodísticas, las cuales tuvieron un bajo índice de reacciones.

“Como dice el clásico: mientras hablen de ti, aunque sea mal, está bien”, dice entre risas un operador electoral del ex alcalde de Benito Juárez, quien asegura que la estrategia central de la precampaña fue elevar la cantidad de capitalinos que conocen a Taboada; “el candidato creció a pasos agigantados, aumentamos el reconocimiento en el oriente de la ciudad, principalmente en Iztapalapa, y vamos a superar la proeza de 2021”, añade.

Haiga sido como haiga sido (Felipe Calderón *dixit*), los haitianos con casacas azules colaron a Taboada en la conversación digital; si en fechas anteriores la morenista doblaba en búsquedas de Google a su contrincante, la polémica batucada de “los panistas haitianos” hizo que se cerraran los números: Clara alcanzó 47 por ciento de las consultas, Taboada 39 y Salomón 14.

Visto desde una panorámica general de la precampaña, Brugada conquistó 64 por ciento de

las búsquedas de Google, Taboada logró 29 por ciento y Chertorivski afianzó 7 por ciento, de acuerdo con un análisis de Google Trends que abarca del 5 de noviembre de 2023 al 3 de enero de 2024; en este terreno, la morenista se impuso 2 a 1 al panista.

Los expertos en conversaciones digitales explican que este tipo de búsquedas reflejan el interés ciudadano sobre ciertos personajes y temas; los usuarios chilangos teclearon principalmente “Clara Brugada gana”, “utopías Brugada”, “Clara Brugada jefa de Gobierno” y “Brugada candidata”, además de preguntar sobre la edad de la precandidata.

En la esquina azul el interés versó sobre “¿Quién es Santiago Taboada?”, “Taboada cartel inmobiliario”, “Taboada esposa”, “Taboada Sandra Cuevas” y “Taboada Adrián Ruvalcaba”, amén de la curiosidad por conocer el escándalo de los haitianos.

Borra a oponentes

El terreno donde Clara Brugada prácticamente borra a sus oponentes es YouTube: 80 por ciento de los usuarios que consultaron videos sobre las precampañas se inclinaron por darle clic a los que hacían referencia a la morenista, mientras que 14 por ciento buscaron contenido relacionado con Santiago Taboada; el aspirante naranja arrebató 6 por ciento del interés ciudadano en esta plataforma.

Y aunque en el arranque de diciembre Taboada le dio un susto mediático a los brugadistas, ésta tuvo mayor cobertura en radio y tv en tres de las cinco primeras semanas de la precampaña; desde el búnker guinda aseguran que a pesar de que la mayoría de los conductores de programas de noticias favorecen al panista, “la vibra buena onda” de su precandidata logró colarse en las barras informativas de manera positiva.



El Monitoreo de Radio y Televisión realizado por el Instituto Electoral de Ciudad de México (IECM) muestra que entre el 11 y el 17 de diciembre de 2023 —último reporte publicado—, Brugada apareció en medios durante poco más de una hora, es decir, 49 por ciento del tiempo total dedicado a los aspirantes; Taboada estuvo al aire en 25 por ciento de las transmisiones y Chertorivski cosechó 26 por ciento.

Antes del calambre de aquella semana en la que Clara se retrató con Marcelo, cuando Taboada acaparó casi 60 por ciento del tiempo en radio y televisión, los punteros tuvieron un mano a mano mediático.

Entre el 21 de noviembre y el 3 de diciembre, la morenista sumó dos horas y 18 minutos de las transmisiones, seguida de cerca por el panista, quien alcanzó dos horas y seis minutos; en ese lapso, Chertorivski se embolsó entre 14 y 17 por ciento del tiempo que dedicaron los noticieros.

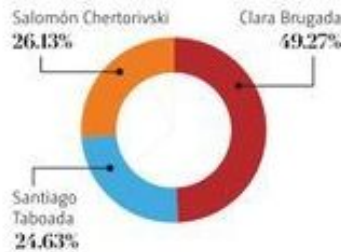
Al inicio de las precampañas, El opositor Santiago Taboada dedicó 61% de sus recursos a propaganda en la vía pública

Presencia en medios

A finales del año pasado, la morenista tuvo mayor cobertura en radio y televisión: aventajó a su contrincante en tres de cinco semanas.

% tiempo en radio y tv

Del 11 al 17 de diciembre de 2023



Del 4 al 10 de diciembre de 2023



Del 27 de noviembre al 3 de diciembre de 2023



Del 21 al 26 de noviembre de 2023



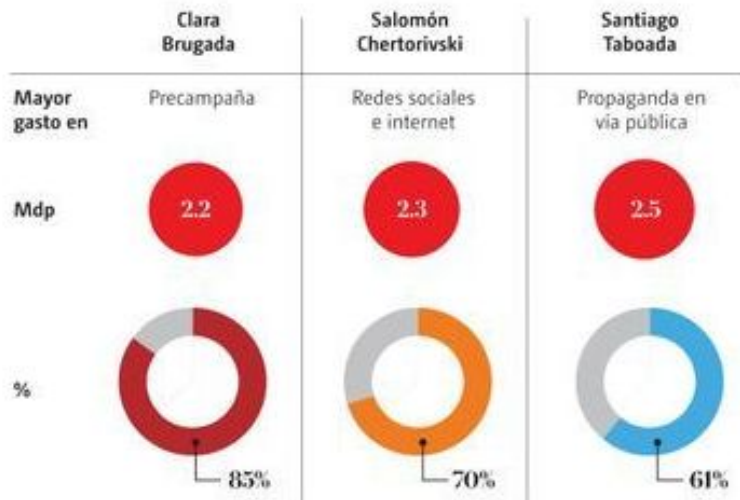
Del 5 al 20 de noviembre de 2023



FUENTE: Monitoreo de radio y televisión realizado por el IECM

Tierra, cielo y mar: tres estrategias de precampaña

Mientras Brugada apostó por el contacto directo a través de eventos y reuniones privadas, Taboada invirtió en publicidad callejera y Chertorivski navegó en redes sociales



• FUENTE: Reporte de rendición de cuentas y resultados de fiscalización del INE
• INFORMACIÓN: Salvador Frausto, Alberto Escorcia • GRÁFICOS: Alfredo San Juan





La abanderada de Morena en CdMx, JAVIER RÍOS



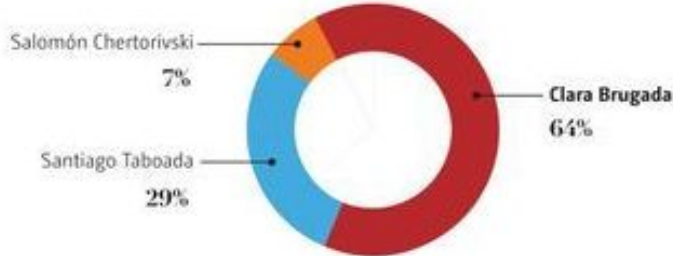
El precandidato de la alianza PRI, PAN y PRD, J. C. BAUTISTA



Brugada dobla a Taboada en Google

Durante las precampañas, la morenista venció al panista en búsquedas, mientras que el aspirante naranja a la Jefatura de Gobierno genera interés en 7 de cada 100 chilangos

% de búsquedas

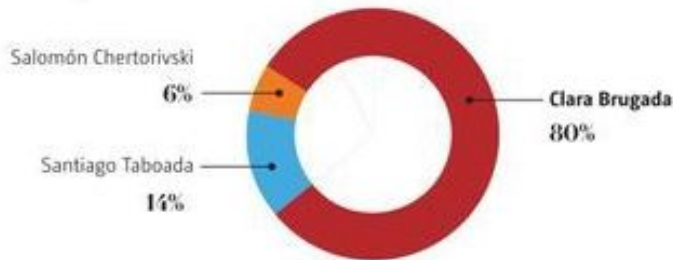


• FUENTE: Google Trends, del 5 de noviembre de 2023 al 3 de enero de 2024

Clara arrasa en YouTube

Las búsquedas en esta red social se inclinan por la morenista, mientras que solo dos de cada 10 usuarios ven videos de los aspirantes de oposición

% de búsquedas



■ 100% de las búsquedas desde Cuautitlán Izcalli, municipio mexiquense, se interesan en videos de Clara Brugada.

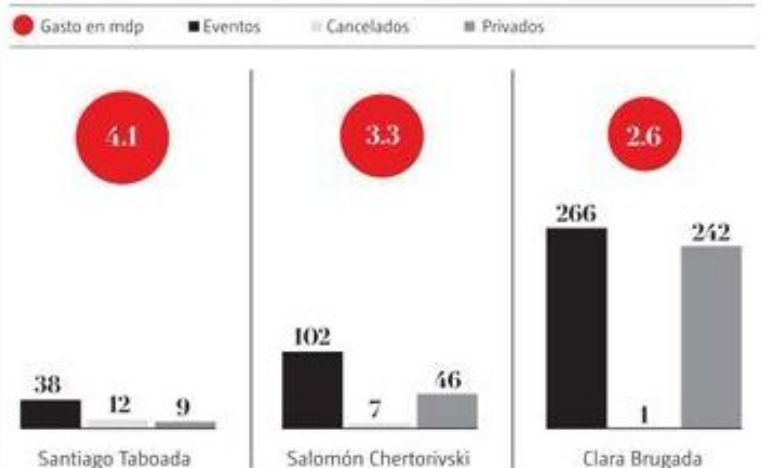
■ 100% de las búsquedas desde la ciudad de Chihuahua se interesan en videos de Santiago Taboada.

■ 100% de las búsquedas desde Tijuana, capital de Baja California, se interesan en videos de Clara Brugada.

• FUENTE: Google Trends, del 5 de noviembre de 2023 al 3 de enero de 2024

Taboada gastó fuerte; Brugada tuvo más eventos

El aspirante panista invirtió 58% más recursos que la morenista; el aspirante naranja ocupó el segundo sitio en gastos de precampaña



• FUENTE: Reporte de rendición de cuentas y resultados de fiscalización del INE

• INFORMACIÓN: Salvador Frausto, Alberto Escorcía



2024-01-08

Brugada domina en Google, YouTube y medios; haitianos "salvan" a Taboada

Autor: Salvador Frausto Crotte

Género: Nota Informativa

<https://www.milenio.com/politica/elecciones/populares-taboada-clara-brugada-redes-sociales>

"Los medios no la llaman". Los focos de alerta lanzaban destellos. Corría la primera semana de diciembre y en el equipo de precampaña de Clara Brugada cundía una preocupación ansiosa sobre la falta de cobertura en radio y televisión.

"La precandidata no se está acercando a los medios", respondía un veterano periodista televisivo ante el reclamo del operador electoral de la aspirante a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México.

Aquella semana gris, la morenista se había tomado una foto con Marcelo Ebrard, la corcholata defenestrada del club de los consentidos de la 4T. Ese era su evento con mayores repercusiones mediáticas. Su principal contrincante, Santiago Taboada, en cambio, daba una entrevista tras otra, además de que captaba el interés informativo luego de que el Tribunal Electoral capitalino le otorgara licencia para separarse de manera definitiva de su cargo como alcalde de Benito Juárez. El panista estaba de plácemes, era la novedad.

El Monitoreo de Radio y Televisión del Instituto Electoral chilango reportaba que, entre el 4 y el 10 de diciembre, Taboada había acaparado el 58 por ciento del tiempo de transmisión de los principales noticieros de radio y televisión. Una hora y 49 segundos al aire bien valen una misa, dirían algunos panistas.

La morenista tuvo incluso menor cobertura que el tercer retador de la contienda, Salomón Chertorivski, quien consumió 23 por ciento del tiempo mediático: 24 minutos con tres segundos. Brugada, en tanto, sólo alcanzó 19 minutos y 58 segundos de la atención que otorgan los conductores que guían a la opinión pública, lo cual representó el 19 por ciento del tiempo de transmisión en esa semana.

La política con pronunciado acento feminista y social venía de imponerse en la contienda interna de su partido al favorito en las encuestas, Omar García Harfuch, quien no dudó en anunciar que apoyaría a su correligionaria. Una rebelión de cuadros morenistas de la llamada ala radical combatieron con uñas y dientes la posibilidad de que el ex secretario de Seguridad Ciudadana de la capital se convirtiera en su abanderado para retener el cuartel general de la izquierda mexicana, la cual ha incidido en el devenir político del país desde que Cuauhtémoc Cárdenas ganó esa parcela en 1997. La regla de la cuota de género paridad de candidaturas entre mujeres y hombres allanó el camino para que Brugada consiguiera aparecer en la boleta electoral.

Pero los medios la habían abandonado durante aquella semana. "Tuvimos que hacer un ajuste de tuercas, afinar las estrategias de tierra, aire y mar porque en las primeras semanas hubo buena cobertura y presencia en redes, pero de pronto salimos de la atención pública, teníamos que volver a colocarnos como un asunto novedoso. ¡Y lo conseguimos! Ganamos la precampaña: estamos más de 20 puntos arriba en las encuestas y tenemos buen jale en medios y redes", asegura contento el operador morenista.

El momento azul

Una investigación de MilenIA / Central de Datos e Inteligencia Artificial revela que durante la precampaña (5 de noviembre de 2023 al 3 de enero de 2024) Clara Brugada doblegó a Santiago Taboada en búsquedas de Google, lo arrasó en consultas de videos que circulan en YouTube y alcanzó ligera dominancia en cobertura de radio y televisión. Las encuestas también la favorecen por un amplio margen.

Sin embargo, en las últimas dos semanas el panista rebasó por ciertos días a la morenista en cuanto a presencia en redes sociales. Un informe basado en inteligencia artificial (IA), elaborado por el especialista Alberto Escorcía, plantea que Taboada logró meterse a la conversación digital en dicho periodo.

Entre el 28 de diciembre pasado y el 5 de enero de este año, la herramienta BuzzSumo permitió establecer que circularon 999 artículos de alto impacto en Facebook, X y YouTube. Y aunque buena parte de estas referencias traían una carga negativa, principalmente por la participación de haitianos en un evento del panista, tuvo más de 44 mil reacciones. En ese mismo lapso, 722 notas sobre Brugada navegaron en redes, suscitando casi 15 mil reacciones. Chertorivski logró hacerse ver con 42 piezas periodísticas, las cuales tuvieron un bajo índice de reacciones.

"Como dice el clásico: mientras hablen de ti, aunque sea mal, está bien", dice entre risas un operador electoral del ex alcalde de Benito Juárez, quien asegura que la estrategia central de la precampaña fue elevar la cantidad de capitalinos que conocen a Taboada. "El candidato creció a pasos agigantados, aumentamos el reconocimiento en el oriente de la ciudad, principalmente en Iztapalapa. Vamos a superar la proeza de 2021", añade.

Haiga sido como haiga sido (Felipe Calderón dixit), los haitianos con casacas azules colaron a Taboada en la conversación digital. Si en fechas anteriores la morenista doblaba en búsquedas de Google a su contrincante, la polémica batucada de "los panistas haitianos" hizo que se cerraran los números: Clara alcanzó el 47 por ciento de las consultas, Taboada el 39 y Salomón el 14.

"Antes de los haitianos muchos chilangos no conocían al güero, ahora ya lo ubican. Fue un momento azul, negativo, pero azul. Hay que tener más momentos azules, de preferencia positivos. Y los tendremos, ya verás", plantea el estratega taboadista.

Visto desde una panorámica general de la precampaña, Brugada conquistó el 64 por ciento de las búsquedas de Google, Taboada logró el 29 por ciento y Chertorivski afianzó el 7 por ciento, de acuerdo a un análisis de Google Trends que abarca del 5 de noviembre de 2023 al 3 de enero de 2024. En este terreno, la morenista se impuso 2 a 1 al panista.

Los expertos en conversaciones digitales explican que este tipo de búsquedas reflejan el interés ciudadano sobre ciertos personajes y temas. Los usuarios chilangos teclearon principalmente:

"Clara Brugada gana", "utopías Brugada", "Clara Brugada jefa de Gobierno" y "Brugada candidata", además de preguntar sobre la edad de la precandidata.

En la esquina azul el interés versó sobre "¿Quién es Santiago Taboada?", "Taboada cártel inmobiliario", "Taboada esposa", "Taboada Sandra Cuevas" y "Taboada Adrián Ruvalcaba", amén de la curiosidad por conocer el escándalo de los haitianos.

El análisis de IA realizado por Escorcía para MILENIO encontró que "en las precampañas por la Ciudad de México se observó un divorcio entre lo que se comenta en redes y lo que se busca en internet. Mientras la conversación en redes sociales se centró en el tema de los haitianos, la gente busca en Google quiénes son los candidatos, centrándose en temas personales. Algo que no están aprovechando las cuentas digitales de apoyo de todos ellos".

YouTube, radio y TV

El terreno donde Clara Brugada prácticamente borra a sus oponentes es YouTube. El 80 por ciento de los usuarios que consultaron videos sobre las precampañas se inclinaron por darle clic a los que hacían referencia a la morenista, mientras que el 14 por ciento buscaron contenido relacionado con Santiago Taboada. El aspirante naranja arrebató el 6 por ciento del interés ciudadano en esta plataforma.

La información anterior, proporcionada por Google Trends, sólo incluye a los cibernautas de la Ciudad de México, sin embargo llama la atención que el 100 por ciento de las búsquedas desde Cuautitlán Izcalli, municipio mexiquense, hayan consultado videos de Clara Brugada. Igual ocurrió en la fronteriza Tijuana, donde la ex alcaldesa de Iztapalapa se llevó "carro completo". El panista, en cambio, dominó el 100 por ciento de las consultas de video en otra plaza lejanísima de la capital del país: la ciudad de Chihuahua.

Y aunque en el arranque de diciembre Taboada le dio un susto mediático a los brugadistas, la morenista tuvo mayor cobertura en radio y televisión en tres de las cinco primeras semanas de la precampaña. Desde el búnker de campaña izquierdista aseguran que a pesar de que la mayoría de los conductores de programas de noticias favorecen al panista, "la vibra buena onda" de su precandidata logró colarse en las barras informativas de manera positiva.

El Monitoreo de Radio y Televisión realizado por el [Instituto Electoral de la Ciudad de México \(IECM\)](#) muestra que entre el 11 y el 17 de diciembre de 2023 último reporte publicado, Brugada apareció en medios durante poco más de una hora, lo que representa el 49 por ciento del tiempo total dedicado a los aspirantes. Taboada estuvo al aire en el 25 por ciento de las transmisiones, en tanto que Chertorivski lo superó apenas con un 26 por ciento.

Antes del calambre de aquella semana en la que Clara se retrató con Marcelo, cuando Taboada acaparó casi el 60 por ciento del tiempo en radio y televisión, los punteros tuvieron un mano a mano mediático. Entre el 21 de noviembre y el 3 de diciembre, la morenista sumó dos horas y 18 minutos de las transmisiones, seguida de cerca por el panista, quien alcanzó dos horas y seis minutos. En ese lapso, Chertorivski se embolsó entre el 14 y el 17 por ciento del tiempo que dedicaron los noticieros.

Al inicio de las precampañas, el panorama también lucía reñido: entre el 5 y el 20 de noviembre, Santiago aventajó con el 27 por ciento del tiempo, Clara se defendió con el 23 por ciento y Salomón se quedó con el 3 por ciento.

La batalla en los medios de comunicación tiene a Brugada un paso adelante, un síntoma atípico si se contempla que en Google dobla a su rival más fuerte y en YouTube conquista el interés de ocho de cada 10 capitalinos que buscan informarse sobre las precampañas.

Y en las encuestas ni se diga: según el concentrador de sondeos Polls.mx, la morenista cuenta con el 57 por ciento de las preferencias, el panista se lleva el 35 por ciento y el naranja sostiene su 6 por ciento. Son 22 puntos los que separan a la líder del perseguidor.

Tierra, aire y mar

Las diferencias en las estrategias de campaña pueden observarse claramente en los gastos que han realizado los precandidatos. Brugada juega por tierra, invirtiendo 2.2 millones de pesos en operativos de precampaña (eventos, recorridos callejeros, reuniones privadas). El 85 por ciento del dinero de su coalición ha ido decididamente a este rubro.

En tanto, Taboada ha dedicado el 61 por ciento de sus recursos, 2.5 millones de pesos, a propaganda en vía pública, por eso lo vemos constantemente en espectaculares y bardas de las principales avenidas de la ciudad. Los publicistas dirían que su apuesta es tener presencia en el contaminado aire de la ciudad. Y es que, como dice su operador, el primer objetivo es elevar las cifras de reconocimiento.

El aspirante fosfo fosfo, en cambio, decidió navegar por mar: destinó 2.6 millones, el 70 por ciento de sus fondos, a publicidad en redes sociales e internet. La meta de su equipo de campaña es llegar a los jóvenes, a los indecisos, a los que buscan algo distinto.

El precandidato que más gastó entre el 5 de noviembre y el 3 de enero fue Santiago (4.1 millones), le sigue Salomón (3.3 millones) y luego Clara (2.6 millones).

La campeona en eventos planeados fue la morenista (266), quien sólo canceló una cita. Destaca que 242 de estos acontecimientos fueron de carácter privado. El operador con el que hablamos nos cuenta que está reuniéndose con las bases morenistas, los liderazgos locales sean o no de Morena, dirigentes de comerciantes. Está concentrándose en detonar la movilización en su favor.

Taboada le informó al Instituto Electoral capitalino que iba a realizar 38 eventos, aunque tuvo que cancelar 12. Nueve reuniones fueron privadas. El panista optó por tener mítines masivos, con mucho énfasis en el oriente de la ciudad, donde su principal contendiente lleva mano.

El alfil de Movimiento Ciudadano anduvo también muy movido: 102 eventos, siete cancelados, 46 privados. Y una buena dosis de pega callejera de calcas, además de recorridos a través del Metro. Los vecinos de Patriotismo, un corredor vial que atraviesa las colonias de clase media de la Ciudad de México, fueron testigos de las batucadas y el ánimo chévere de los militantes naranjas.

Hace unos días volvimos a consultar al operador morenista que se quejaba de la falta de cobertura en radio y televisión. Ahora está sonriente, siente que van por buen camino. Se sabe de memoria los pliegues finos de las encuestas.

"Taboada tendría que ganar un punto porcentual cada semana de aquí a la elección para empatarnos", sentencia. "Y no se ve cómo, al igual que Xóchitl, no avanza. El techo del PRIAN a nivel nacional es de 30 por ciento, y en la Ciudad de México es de 35 por ciento. No hay por dónde", calcula.

FR

Corruptos e intocables Los órganos electorales de 9 estados en disputa acumulan casos y acusaciones serias

(2024-01-08), Sin Embargo (sitio), Redacción, (Nota Informativa) - 01:25:41, Precio \$42,361.00

Ciudad de México, 8 de enero (SinEmbargo). Los institutos electorales que organizarán las elecciones a Gobernador que tendrán lugar en ocho estados y la Ciudad de México cargan a cuestras acusaciones de corrupción, irregularidades e incumplimiento de los deberes de sus funcionarios, de acuerdo con información disponible en la Plataforma Nacional de Transparencia y observaciones hechas por las auditorías locales.

Dos de los principales casos son los del Instituto Electoral del Estado de Puebla (IEEP) que ha sido señalado por la Auditoría Superior local por irregularidades en más de 500 millones de pesos a lo largo de cinco años, y el Instituto Electoral de Veracruz, en donde al menos 290 servidores del organismo han sido sancionados en ese mismo plazo de tiempo.

A consideración del doctor Marco Arellano Toledo, exconsejero electoral distrital, el panorama de los organismos públicos locales electorales (Oples) es "delicado" no sólo por las problemáticas en las cuales se han envuelto sus trabajadores en el ejercicio de sus funciones y del gasto, sino también por la injerencia de las fuerzas políticas de cada estado.

"Hay una serie de contradicciones, en algunos Oples, en donde en la propia integración del Consejo está transminada por las fuerzas políticas", señaló. "Hay correas de transmisión de las fuerzas políticas que, a través de la cooptación o a través de algunos algunos mecanismos de presión, se han hecho de algunas mayorías o han intentado hacerse algunas mayorías en los propios consejos por parte de los partidos políticos a nivel estatal, y esto es delicado".

Otra de las preocupaciones que expuso el politólogo son las relaciones que existen entre los consejos generales de los institutos electorales locales y los partidos en poder a nivel estatal, pues en algunos casos esto puede ser un factor influyente en la vida del instituto electoral.

"En la mayoría de los organismos públicos electorales locales de todas las entidades, no sólo aquellas que van a celebrar elecciones, hay una relación directa sí institucional, pero a veces también extrainstitucional entre el partido en el poder, o los partidos en el Congreso, y el propio Instituto Electoral local", advirtió.

"Lo que hemos visto y lo que ha documentado gran parte de académicos investigadores es que esa relación con las entidades locales, con el poder local, a veces se tiende al tutelaje o al tratar de subordinar intereses".

IRREGULARIDADES EN VERACRUZ Y PUEBLA

El actual Consejo General del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz está presidido por Marisol Alicia Delgadillo Morales, quien fue designada para el cargo en 2022. A su lado están las y los consejeros Roberto López Pérez, Mabel Aseret Hernández Meneses, Quintín Antar Dovarganes Escandón, María de Lourdes Fernández Martínez, Maty Lezama Martínez y Fernando García Ramos.

En el OPLE veracruzano se registraron un total de 292 servidores públicos sancionados entre 2020 y 2023, siendo los motivos de las reprimendas incumplimiento en presentar en tiempo y forma, o por completo, su Declaración de Situación Patrimonial y de Intereses; "negarse a realizar el conteo, sellado y agrupamiento de la documentación electoral, evitando con ello la certificación respectiva, derivada de la actividad de traslado y resguardo de las boletas electorales en su Consejo de adscripción", y hasta "daño culposo al patrimonio" del organismo.

Además, el Órgano de Fiscalización Superior observó en el ejercicio fiscal de 2020 un total de 15 millones 299 mil 596 pesos de "Importe pendiente de liquidar y/o depurar del saldo al 31 de diciembre de 2020"; y para 2021 identificó igualmente un monto de 17 millones 409 mil 183 pesos de importes pendientes de liquidar o depurar su saldo, de los cuales 4.077 millones derivaron en ocho denuncias de hechos que a su vez conformaron una carpeta de investigación ante la Fiscalía Especializada en Combate a la Corrupción de la Fiscalía General del Estado en contra de servidores públicos de los Consejos Distritales y/o Municipales 2020-2021.

Un año después, nuevamente el Órgano de Fiscalización Superior dio cuenta de que se presentaron, a lo largo de 2022 y a inicios de 2023, un total de siete denuncias contra exservidores públicos ante la Fiscalía Especializada por un monto de un millón 036 mil 447 pesos pendientes de aclarar.

En total, detectó 27 millones 892 mil 388 pesos ejercidos irregularmente para el año fiscal de 2022.

El Consejo General del Instituto Electoral de Puebla (IEEP) está conformado por su Presidenta, Blanca Yassahara Cruz García; y los consejeros Miguel Ángel Bonilla Zarrazaga quien fue asesor de la Jefa Delegacional de la entonces Delegación capitalina Miguel Hidalgo, Gabriela Cuevas, hoy afín a Morena, Sofía Marisol Martínez Gorbea, Evangelina Mendoza Corona, Susana Rivas Vera, Juan Carlos Rodríguez López y Jesús Arturo Baltazar Trujano.

En diciembre de 2022 el rotativo El Herald de México publicó que hay una denuncia ciudadana donde se señaló a Baltazar Trujano como posible responsable de enriquecimiento ilícito, tráfico de influencias, utilización de recursos de dudosa procedencia y la contratación de servicios con sobre costo.

A su vez, el Consejero acusado aseguró que se trataba de una campaña de desprestigio en su contra a manos de quien en ese momento se desempeñaba como Secretario Ejecutivo del IEEP, César Huerta Méndez.

Pese a esta polémica, Baltazar Trujano formó parte de la terna de finalistas que analizó el Comité Técnico de Evaluación de la Cámara de Diputados para reemplazar a cuatro consejeros electorales del INE a inicios de 2023.

En 2021, aún bajo la presidencia de Miguel Ángel García Onofre, la ASEP emitió solicitudes de aclaración y pliegos de observaciones por el ejercicio irregular de 80 millones 022 mil 965 pesos en el IEEP, entre ellos derivado de la compra de materiales y útiles de oficina, servicios de alimentos, e impuesto retenido en nómina. Y dos años antes, en 2019, detectó el Instituto Electoral local dejó sin aclarar el gasto de 486 millones 002 mil 882 pesos, correspondientes al rubro "Ayudas sociales".

Además, en el 2021 y 2022 fueron inhabilitados por tres meses del ejercicio de su cargo público los consejeros presidentes de los municipios Ciudad Serdán y Libres, José Gilberto Medina Alonso y Miguel López Avelino, respectivamente, por incurrir en una falta administrativa al realizar actos u omisiones que "incumplan o transgredan" el cumplimiento de las funciones, atribuciones y comisiones encomendadas, "observando en su desempeño disciplina y respeto, tanto a los demás Servidores Públicos como a los particulares con los que llegare a tratar, en los términos que se establezcan en el código de ética".

SUMAN MILLONES DE PESOS SIN SOLVENTAR

Después de que el INE declarara desierto el proceso de designación para la presidencia del Consejo General del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Tabasco (IEPCT) en 2021, un año después fue designada al puesto Elizabeth Nava Gutiérrez, quien igualmente participó en el proceso para formar parte del Consejo General del INE pero no resultó seleccionada.

A su lado trabajan Juan Correa López, Rosselvy del Carmen Domínguez Arévalo, Víctor Humberto Mejía

Naranjo, María Elvia Magaña Sandoval, Vladimir Hernández Venegas y Hernán González Sala.

De acuerdo con información de la Plataforma Nacional de Transparencia (PNT), en 2023 fueron sancionados siete servidores de la institución entre ellos el titular de la Unidad de Tecnologías de la Información y Comunicación, un capacitador asistente electoral y un auxiliar de Junta Electoral por motivos como incumplir con su horario laboral, y hasta incumplir con la presentación de su declaración patrimonial y "posible conflicto de intereses en su modalidad de inicio y conclusión".

El Órgano Superior de Fiscalización del Estado publicó, con respecto al ejercicio fiscal de 2022, que el IEPCT había incurrido en observaciones por un total de 276 mil 931 pesos.

Aquí, la dirigencia estatal del Partido Acción Nacional acusó que la autoridad electoral había tomado acciones a favor del precandidato de Morena, Javier May, que "no contribuyen a la certeza ni a la equidad de la contienda" y violar la ley electoral.

En Yucatán, el Consejero Presidente Moisés Bates Aguilar tomó protesta en 2021; y se desempeña en sus funciones junto con sus compañeros Delta Alejandra Pacheco Puente, Jorge Antonio Vallejo Buenfil, María del Mar Trejo Pérez, Alicia del Pilar Lugo Medina, Alberto Rivas Mendoza y Roberto Ruz Sahrur.

A finales de octubre de 2022, los representantes del PRD y PRI denunciaron que el jefe del Departamento de lo Contencioso Electoral del Iepac, Roberto Carlos Durán Quintal, había incurrido en actos de proselitismo a favor de Morena, por lo cual pidieron su destitución del cargo.

Después de una revisión de la Cuenta Pública de 2019, la Auditoría Superior del Estado de Yucatán identificó una "posible afectación" de 3.895 millones de pesos al erario público por parte del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana yucateco (Iepac).

Y en Chiapas, donde el Consejo General está presidido de manera provisional por María Magdalena Vila Domínguez luego de que el procedimiento de selección resultó desierto porque ninguno de los participantes finalistas cumplieron con los requisitos establecidos en la Ley General de Instituciones y Partidos Políticos (LGIPE).

Al igual que en otros institutos, fueron sancionados 11 servidores entre 2021 y 2023 por no presentar en tiempo, o por completo, su Declaración de Situación Patrimonial Inicial y de Conclusión; "Por actuar en contra de las normatividades y disposiciones legales que rigen el servicio publico"; por "la omisión de presentar la documentación comprobatoria al sellado y enfajillado de boletas, jornada electoral, mecanismos de recolección y sesión de cómputo; así como la cancelación del fondo revolvente, durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2017-2018"; así como "la violación a los principios de certeza, legalidad, independencia, máxima publicidad y objetividad que rigen la función electoral, así como la imparcialidad con los que debe desarrollarse una contienda electoral".

Derivado de la revisión de la Cuenta Pública 2020, la Auditoría Superior del estado identificó un monto con observaciones de 3 millones 196 mil 457 pesos, que el Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana atendió de manera parcial; y en 2021 por un millón 391 mil 129 pesos que igualmente atendió sólo de manera parcial.

INSTITUTOS DEL CENTRO, ENVUELTOS EN POLÉMICAS

Pero estas no son la única polémica que suman los órganos electorales locales, pues durante sesión del Consejo General del INE a mediados de 2022, el máximo organismo electoral determinó remover a tres consejeros de Morelos al considerar que cometieron infracciones por un "indebido ejercicio de facultades

exclusivas de la Presidencia" del Instituto Morelense de Procesos Electorales y de Participación Ciudadana (Impepac), omisión en el ejercicio de sus facultades y "la ausencia de elementos que den cuenta de una actuación debida y diligente".

Igualmente, en la Ciudad de México, 10 servidores públicos han sido sancionados a partir de 2019 por causas que van desde "Dirigirse con palabras altisonantes hacia compañeros de trabajo" y alteraciones de oficios hasta nepotismo.

A esto se suma que a mediados de 2023, durante el proceso para solicitar la consulta de revocación de mandato en la Alcaldía Miguel Hidalgo, el asesor jurídico de los denunciantes, Gustavo García, denunció que el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM) hizo "perdidizas" las firmas para avalar la consulta contra el panista Mauricio Tabe, como citó La Jornada.

"El @iecm sepultó la democracia directa en toda la CDMX", escribió también el 24 de junio de dicho año García desde su cuenta de X (antes Twitter), al citar un tuit a su vez de la Coordinación de Pueblos de Xochimilco que el IECM había criminalizado a quienes participaran en el proceso de revocación de la Alcaldía Xochimilco.

Y en la zona del Bajío, el Consejo Estatal de Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas en Guanajuato acusó al instituto electoral local de censura a finales de 2023 una vez que se les ordenó a los medios de comunicación retirar notas informativas sobre las declaraciones del dirigente nacional del PAN, Marko Cortés Mendoza, y el Gobernador Diego Sinhue Rodríguez, respecto a la designación de la candidata de Morena-PVEM-PT, Alma Alcaraz Hernández.

"El Instituto Electoral del Estado de Guanajuato (IEEG) atenta contra la libertad de expresión de periodistas y medios de comunicación, así como al derecho que tienen los guanajuatenses de estar informados y saber literalmente, sin 'sesgos', las posturas de los candidatos, políticos y gobernantes", expusieron en un comunicado.

Incluso dentro del mismo Consejo General se han generado fricciones, ya que a inicios de diciembre pasado la Consejera Presidenta Brenda Canchola Elizarraraz acusó que su compañero, Luis Gabriel Mota, la había amenazado y le había faltado al respeto.

La acusación de la Consejera Presidenta surgió después de que, en sesión, Gabriel Mota la denunciara de una tendencia a negar información a los integrantes del Consejo, a lo cual se sumaron Sandra Liliana Prieto de León y Concepción Aboites Sámano; Canchola Elizarraraz negó dichos hechos.