

Espectaculares de las corcholatas, “derroche grosero”: opositores

Reprochan que el INE no se haya pronunciado al respecto

ALMA E. MUÑOZ

Después de que el Instituto Nacional Electoral (INE) fijó los lineamientos para los procesos internos de los partidos, rumbo a 2024, la oposición cuestionó que no se pronunciara sobre el “despilfarro” en propaganda en favor de aspirantes a coordinar los trabajos de la Cuarta Transformación. Sin embargo, Mario Delgado, presidente nacional de Morena, ha señalado que ningún espectacular es del partido.

Marko Cortés, presidente del PAN, y la perredista Claudia Castello, integrante del comité organizador del Frente Amplio por México, consideró que lo gastado en esos espectaculares y propaganda en vía pública supera 34.3 millones de pesos, que la autoridad electoral fijó como tope de gasto para cada aspirante de los bloques partidistas. Y no descartó que el INE pudiera incluir el costo de espectaculares en la fiscalización.

“Un solo espectacular al mes está entre 25 mil y 30 mil pesos. El país está tapizado de la cara de los aspirantes de Morena. Es un derroche grosero, ilegal, desde hace dos años. Son los aspirantes del oficialismo, ¿de dónde sale la lana?”, sostuvo Castello, mientras Cortés señaló en redes sociales que sus adversarios “ya superaron con mucho ese tope”.

La perredista dijo que el comité organizador no le dirá a los 12 aspirantes del Frente Amplio por México (PRI, PAN y PRD) cuánto se tienen que gastar, porque deben hacerlo en función del tope definido por el INE.

El miércoles pasado, en conferencia de prensa, Mario Delgado

aseguró que Morena no tiene un solo espectacular.

Indicó también que si el INE “detectara espectaculares con elementos o contenido de naturaleza electoral, entonces pediría al responsable o a la figura que aparece en esa publicidad y a la empresa dueña del espectacular que lo retire, y no habría intervención del partido”.

Pero si es el caso, agregó, como dirigencia nacional “vamos a apurar que se retire, porque si no la sanción es cargarlo al tope de precampaña si la persona que está siendo beneficiada de esa publicidad eventualmente se convierte en precandidato”.

