

Comienza el INE rastreo del dinero para los espectaculares

- Se puso en contacto con las empresas para conocer quién contrató cada espacio
- Inició la clasificación de los que deben ser retirados por violar los lineamientos

FABIOLA MARTÍNEZ/P 5

Rastrea el INE contratos de espectaculares donde se promueve a políticos

Clasificará la propaganda de todos los partidos que debe ser retirada

FABIOLA MARTÍNEZ

La Unidad Técnica de Fiscalización (UTF) del Instituto Nacional Electoral (INE) estableció contacto con las empresas de espectaculares para esclarecer quiénes contrataron esos espacios donde aparecen aspirantes a cargos de elección popular.

Al mismo tiempo inició la clasificación de aquellos que deberían ser retirados por los partidos por contener “elementos electorales o equivalentes”, o que no especifiquen que son parte de un proceso en curso de los institutos políticos, tanto de Morena y aliados como del Frente Amplio por México, promovido por PAN, PRI y PRD.

El miércoles pasado, el Consejo General del INE aprobó los “Lineamientos generales para regular y fiscalizar los procesos, actos, actividades y propaganda realizados en los procesos políticos”, en respuesta a una orden de la sala superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Los magistrados admitieron que estaban en curso procesos partidistas que podrían afectar la equidad en la contienda 2023-2024, por lo que era necesario “prevenir esta posible afectación mediante su regulación y fiscalización”.

En ese contexto, toca la operación medular a la UTF, porque los lineamientos prevén que si en un espectacular y otro tipo de anuncios

como bardas o pegatinas en autobuses, no cumplen con los requisitos y no son retirados, el costo de esa propaganda se abonará como gasto ordinario de los partidos y, en su caso, al futuro gasto de precampaña.

“En la Oficialía Electoral ya se identificó un volumen grande de propaganda y la UTF tiene también registros”, dijo a *La Jornada* David Isaac Ramírez Bernal, responsable de ese organismo del INE.

Una vez que esta unidad recopila información, adquiere la calidad de documental pública. “El siguiente paso será esperar al retiro de la propaganda que ordenan los lineamientos y, de inmediato, apenas concluya el plazo, se procederá a contrastar de nueva cuenta la información” en campo, señaló.

Aunque en las dos semanas siguientes el personal del INE estará de vacaciones, la UTF asignó guardias para cumplir con la tarea de supervisar la “propaganda masiva”, como se le denomina.

El funcionario evitó dar datos específicos sobre la propaganda presuntamente irregular, por tratarse de gestiones oficiales en curso, pero confirmó que es un número grande. “No puedo dar el dato, pero sí ya tenemos un buen volumen. Aunque ya estamos haciendo una recopilación a menor intensidad, la acción

fuerte es esperar a que retiren la propaganda y entonces saldremos a hacer una verificación intensa”.

Por ahora, subrayó, “es un requisito indispensable que la propaganda contenga el identificador (del proceso político)”, de lo contrario violarán los lineamientos “y tendremos que dar el curso legal a ello”.

Precisó que la coordinación será estrecha con los empresarios de la publicidad exterior “y estamos a la espera de que nos brinden información” para hacer los cruces con los datos previos recabados por la UTF, a partir de reglas domésticas, generados el 10 de julio pasado por la Comisión de Fiscalización.

Delgado: Xóchitl sabe robar

Al respecto, el dirigente de Morena, Mario Delgado, dijo que junto con uno de los aspirantes, Gerardo Fernández Noroña, hizo un balance del proceso interno. “También me reiteró su preocupación —y la comparto— por los espectaculares y bardas que deberían retirarse.”

En referencia a Xóchitl Gálvez, Delgado señaló que las élites opositoras ya se pusieron de acuerdo para elegir a una candidata que sepa robar. “Si no, cómo la iban a poner, está muy acreditado que sabe robar. ¿Cómo le hizo en (la delegación)

Miguel Hidalgo?, pues muy fácil: daba permisos de construcción, de desarrollos inmobiliarios, a cambio de que contrataran a su empresa y la de su marido. Imagínese, nada más en su desarrollo inmobiliario contrataron a su empresa por 70 millones de pesos”, aseveró.

La Jornada





▲ Habrá coordinación estrecha con empresas de publicidad exterior, dice funcionario. Fotos Cuartoscuro y Víctor Camacho

