

2023-10-20

En CDMX, políticos usan medios de comunicación para campaña anticipada

Autor: Redacción

Género: Nota Informativa

Aspirantes a la jefatura de Gobierno de la Ciudad de México y a otros cargos de elección en 2024 han encontrado un mecanismo para realizar actos anticipados de campaña: medios de comunicación y espectaculares.

La Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE) ha identificado, a septiembre de este 2023, un total de 108 espectaculares y medios de comunicación que promocionan políticos en toda la capital mexicana.

El INE ha reportado posibles actos previos al proceso electoral que comienza a mediados de noviembre de este año y promoción personalizada de políticos como Clara Brugada, Claudia Sheinbaum o Santiago Taboada, entre otros.

Uno de los medios de comunicación utilizados para hacer propaganda a diversos actores locales y federales en la CDMX son el periódico P4triotas, a favor de Morena. La Verdad Noticias publicó hace unos días que el fascículo sirve para promocionar la imagen de Clara Brugada, alcaldesa de Iztapalapa y aspirante a la Jefatura de Gobierno por Morena.

Asimismo, se han detectado otros medio como Revista Tendencia México, que en su momento promocionó a Adán Augusto López; la Revista Cambio, que llegó a poner en portada a Manuel Velasco; la Revista Huellas, o la conocida Revista Líderes, que bajo grandes espectaculares ha puesto a la vista pública imágenes de Omar García Harfuch, Adrián Ruvalcaba, Claudia Sheinbaum, o Adán Augusto Hernández.

Estos medios de comunicación, sumados a espectaculares y propaganda encontrada a lo largo de la capital, son algunas de las estrategias que los aspirantes políticos utilizan previo al inicio de campaña.

De acuerdo con Erika Estrada, consejera del Instituto Electoral de la Ciudad de México, la estrategia de utilizar medios como propaganda electoral es algo común, dado que se aprovecha el derecho a la libertad de expresión y el derecho a la información.

Ante estas posibles simulaciones de periodismo, es tarea de los organismos electorales detectar si las publicaciones de estos medios son algo premeditado, con algún pago de por medio, que auxilie a aventajar a algún aspirante previo al inicio de las precampañas.

Las cifras posicionan a Clara Brugada como la principal infractora, dado que el INE ha identificado 37 espectaculares con su figura.

A Brugada le sigue la posible candidata presidencial de Morena en 2024, Claudia Sheinbaum Pardo, con 18 apariciones.

Los promocionales no son únicamente de Morena o la 4T. Santiago Taboada, aspirante a Jefatura de Gobierno por el PAN, ha incurrido en 17 faltas de este tipo.

Algunos de los esloganes encontrados son "#En la Encuesta es Torruco Relevo Generacional", en referencia al aspirante Miguel Torruco; "Yo con Clara construyendo Utopías"; "#EsClaudia", "#EsRosaIcela", "#La Ruta es Clara"; "Mejor Marcelo"; "Adrián Ruvalcaba Sí Puede"; "El Bueno es Harfuch"; "Santiago Taboada El Alcalde

que Apostó por la Seguridad"; "PAN Orgullo Benito Juárez"; o "Víctor Hugo Lobo, por una ciudad con futuro".

Entre los lugares donde se localizaron los anuncios están bardas pintadas, panorámicos o espectaculares, mantas mayores de tres metros, pantallas gigantes o carteles y posters.

Además de ello, se han detectado apariciones de políticos como la senadora panista Kenia López Rabadán, que anunció en un periódico impreso sus aspiraciones políticas.