

**INE FISCALIZA GASTO DE PARTIDOS EN PRECANDIDATOS**

Cibercampañas cuestan 24.1 mdp

En 51 días de precampaña, los aspirantes a la Presidencia han erogado 473 mil pesos diarios, en promedio, solo para promocionarse en redes sociales, de acuerdo con los informes de fiscalización del Instituto Nacional Electoral. Xóchitl Gálvez registra la mayor inversión en publicidad digital con \$14 millones, mientras que Claudia Sheinbaum reporta \$5.9 millones. Samuel García destinó \$4.2 millones en los 8 días que hizo campaña **MÉXICO P. 3**

PRD NO APORTA A SU ASPIRANTE

Invierten presidenciables 24 mdp en redes sociales

Datos. Los partidos que apoyan a Xóchitl Gálvez han invertido 14 millones de pesos, mientras que los de Claudia llevan 5.9 millones

ÁNGEL CABRERA

Los aspirantes presidenciales, en 51 días de precampaña, reportan un gasto global de 24.1 millones de pesos para publicitarse en redes sociales e internet, según los informes de fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE).

A unos días de que culmine esta etapa, en promedio, los precandidatos presidenciales han erogado 473 mil pesos diarios para promocionarse en redes sociales, aunque los mensajes deben ser dirigidos solo a militantes y simpatizantes de los partidos.

Resalta que Xóchitl Gálvez registra un gasto superior a los 14 millones de pesos en publicidad digital, mientras que Claudia Sheinbaum reporta 5.9 millones de pesos erogados para ese fin.

Otra de las estadísticas es que, en los ocho días que estuvo como precandidato presidencial, Samuel García destinó 4.2 millones de pesos a propaganda por redes sociales.

El gobernador de Nuevo León arrancó su precampaña el 20 de noviembre, pero el 28 de noviembre regresó a la gubernatura y se suponía que solo sería por dos días, pero se decantó por quedarse al frente de la entidad.

Durante los días que fue precandidato presidencial de Movimiento Ciudadano reportó un gasto global de 9.7 millones de pesos, de los cuales 4.2 millones fueron para publicitarse en redes sociales y otros 5 millones de pesos en propaganda utilitaria y en la vía pública.

Por su parte, el Partido Acción Nacional (PAN) informó que Xóchitl Gálvez Ruiz ha erogado 3.6 millones de pesos en publicidad de redes sociales, mientras que otros 23.7 millones de pesos han sido destinados a la propaganda en vía pública y utilitaria.

A su vez, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) reportó que gastos por 10.2 millones de pesos por propaganda en redes

sociales de su candidata, así como 822 mil 380 pesos en otro tipo de publicidad.

La abanderada presidencial de la coalición Fuerza y Corazón por México también es impulsada por el PRD, que no reporta gastos para fines de propaganda. En total, Gálvez ha erogado 43.2 millones de pesos en su precampaña.

Por su parte, Morena informó que Claudia Sheinbaum Pardo ha gastado 5.9 millones de pesos en redes y páginas de internet, así como 2.2 millones de pesos en otra publicidad.

El Partido del Trabajo (PT) indicó que erogó 455 mil pesos en propaganda convencional, mientras que el Verde Ecologista no ha reportado erogaciones de ese tipo. En total, la aspirante de la coalición Sigamos Haciendo Historia lleva gastados 19.8 millones de pesos en su precampaña.

Uno de los casos emblemáticos de gasto en publicidad por redes sociales se dio en las elecciones federales de 2021, en la que durante la veda electoral varios influencers publicaron videos a favor de los candidatos del Partido



Verde Ecologista de México (PVEM).

El caso es emblemático porque se trató de una publicidad encubierta; es decir, se buscó hacerse pasar como un apoyo orgánico sin pago de por medio; sin embargo, tras una investigación, se descubrió que el Partido Verde erogó hasta 20 millones de pesos, y no los reportó. La sanción fue una multa y dejar sin spots al PVEM por un año.

Para los comicios de este año, los aspirantes presidenciales están obligados a reportar cualquier tipo de gasto en redes sociales y, en caso de detectarse anomalías, el INE puede

investigar si existieron gastos no reportados.

El calendario electoral indica que el 18 de enero culminarán las precampañas, mientras el Instituto Nacional Electoral (INE) realizará el proceso de fiscalización de esa etapa y, tras la revisión, emitirá los dictámenes de gastos de precampaña de cada aspirante presidencial y, de hallar irregularidades, podrá establecer sanciones.

Durante la etapa de precampañas, los aspirantes tienen un tope de gastos de 85.9 millones de pesos, pero, a la fecha del último reporte, ninguno se acerca a esa cifra.