

Halla INE cientos de materiales propagandísticos irregulares de aspirantes presidenciales

FABIOLA MARTÍNEZ

De mil 800 materiales propagandísticos de los aspirantes presidenciales, detectados hasta ahora por el Instituto Nacional Electoral (INE), alrededor de 635 podrían ser contrarios a las reglas.

Por tanto, si no fueron retirados —en el plazo fijado en los lineamientos elaborados para los procesos internos de los bloques políticos— el costo comercial se cargará a los futuros gastos de precampaña de cada partido, señalaron fuentes del organismo.

La Unidad Técnica de Fiscalización (UTF) del INE realiza la confronta en campo de ese tipo de materiales (espectaculares, bardas y pegatinas en autobuses, por ejemplo) pero también revisa redes sociales. De manera particular solicitó a Twitter (ahora X) información sobre eventuales compras de pauta publicitaria no sólo de las personas inscritas (como se le dice a los aspirantes presidenciales), sino de usuarios en general, pues en tal caso también se abonarán a las cuentas de los beneficiarios, añadieron los funcionarios consultados.

Si bien el reporte de gastos de los nuevos procesos se dará a conocer hasta el 15 de diciembre próximo, la UTF se encuentra en la revisión contable de las cuentas bancarias y publicidad en espacios públicos y redes.

Los parámetros anteriores están contenidos en el documento “Lineamientos generales para

regular y fiscalizar los procesos, actos, actividades y propaganda realizados en los procesos políticos”, aprobado el 27 de julio pasado por el INE, por orden del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Las actividades de los partidos en ese sentido no tienen precedente; el tema inició el 11 de junio cuando Morena aprobó la convocatoria para elegir a su coordinador de los comités de defensa de la Cuarta Transformación, mientras la oposición (PAN, PRI y PRD) abrió la primera semana de julio el proceso para seleccionar al responsable de coordinar el Frente Amplio por México.

Buena parte de la supervisión de la autoridad electoral recae en la UTF, la cual está integrada por 585 trabajadores, quienes a su vez se apoyan en personal de las 32 juntas estatales y las 300 distritales que el INE tiene en todo el país.

La propaganda que esté en bardas de terrenos no ocupados o en espacios como los bajopuentes “se las vamos a imputar a los partidos beneficiados”, añadió uno de los funcionarios consultados. Puntualizó que en menor o mayor cantidad los partidos iniciarán sus precampañas presidenciales (en noviembre) ya con gasto abonado; en 2018, anterior contienda presidencial, el tope de gasto de precampaña fue de 67 millones de pesos por aspirante.

Al mismo tiempo, se inició la revisión de las cuentas contables especiales de los seis partidos participantes en esos procesos.