



Denuncian gastos de Norma Piña por 34 mdp en su promoción y publicidad

RAFAEL ORTIZ

De nueva cuenta, la polémica y los cuestionamientos rodean a la ministra presidenta Norma Lucía Piña Hernández al frente de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) y del Consejo de la Judicatura Federal (CJF).

Además de su constante enfrentamiento con los poderes Ejecutivo y Legislativo, ahora aparece en el "ojo del huracán" por lo que hace a gasto que ha realizado en su entorno personal.

Se ha puesto al descubierto que en el tiempo que lleva al frente del Poder Judicial se ha encargado de engrosar el gasto en publicidad mediante campañas en cine, transporte, redes sociales, medios de comunicación impresos y digitales, e incluso en el pago directo a comunicadores.

En dos años de mandato como cabeza del Poder Judicial, la Corte y el Consejo de la Judicatura han gastado más de 34 millones en servicios de publicidad oficial. Con campañas tituladas "La Corte Contigo", "Independencia Judicial" y "Somos la Constitución", el Poder Judicial ha tratado de defender el trabajo de la SCJN y del CJF.

Datos filtrados revelan que los contratos publicados en el portal de transparencia de la SCJN muestran que el gasto de 2023 asciende a 22 millones 517 mil 996 pesos y hasta el tercer trimestre de 2024 se registraban 11 millones 656 mil 132 pesos en publicidad oficial, que suman 34 millones 174 mil 129 pesos.

En 2023 la inversión en publicidad oficial desde la SCJN se destacó en campañas de comunicación, como la titulada "La Corte Contigo", que tuvo dos etapas, o la llamada "México Invierte en Justicia". En total, esas y otras tres estrategias del comunicado, incluida la promoción del Informe Anual de Labores, fueron financiadas con recursos de 73 contratos de los 129 suscritos por la SCJN ese año para publicidad oficial, que representaron en total 15 millones 199 mil 165 pesos.

Entre los más costosos se encuentra uno para promocionar el trabajo de la Corte en salas de cine de Cinépolis, del empresario Alejandro Ramírez, para lo que la Corte pagó 580 mil pesos; y anuncios en andenes del Metrobús de la Ciudad de México y del Mexibús en el Estado de México por 487 mil 375 pesos.

Se destaca también que en 2023 la inversión se centró en campañas de comunicación oficial, ese mismo año estuvo marcado por protestas de personas que exigieron la renuncia de la ministra Piña Hernández. Mientras que 2024 se caracterizó por las críticas al Poder Judicial desde la presidencia, legisladores de Morena y partidos aliados, así como de ciudadanos que se sumaron a los cuestionamientos de irregularidades cometidas por jueces en distintos casos.

El CJF pagó 7 millones 318 mil 830 pesos en 82 contratos de 2023, todos ellos para difundir avances del trabajo anual y la campaña "Somos CJF"; el más costoso de ellos fue por 500 mil pesos para la difusión de publicaciones en redes sociales a cargo de la agencia de marketing Diggitalera, así como 298 mil 584 pesos a Isa TV, para anuncios que se difundieron en el transporte público de la Ciudad de México.

Además de pagar a agencias, medios digitales e impresos, el CJF otorgó en total 170 mil 663 pesos a las periodistas Raquel Flores Chávez, a cargo del sitio web Enteratede, y María Eugenia Rojas Sánchez, del portal Maru Rojas Reportera; otros 78 mil 106 pesos a nombre de la periodista Yazmín Alessandrini, del sitio web La Política Me Da Risa, así como 6 mil 380 pesos al comunicador Víctor Manuel Gamboa Arzola, acreditado con el medio Caudal Informativo.

De igual manera, el CJF informó en 2024 que otorgó cuatro contratos al portal Caudal Informativo, de

Víctor Manuel Gamboa, por 112 mil pesos.

El CJF destinó la misma cifra en cuatro contratos para Enteratede, de la comunicadora Raquel Flores; otros 112 mil pesos en cuatro acuerdos con La Política Me Da Risa (de Yazmín Alessandrini), y otros cuatro al sitio Maru Rojas Reportera, de María Eugenia Rojas, por el monto de 112 mil pesos.

Datos de 2024, actualizados hasta el tercer trimestre, muestran que la Corte pagó 2 millones 866 mil 862 pesos en 59 contratos relacionados con publicidad oficial. Los más beneficiados fueron la empresa La Guerrilla, a la que se le entregaron 348 mil pesos para realizar 10 murales en la Ciudad de México, el Estado de México, Monterrey, Guadalajara y Cuernavaca; así como a la revista TVyNovelas, con 246 mil pesos para la difusión de una campaña en el marco del 8 de marzo, Día Internacional de las Mujeres.



Norma Lucía Piña Hernández