

ESTRATEGIA DIGITAL RUMBO A 2030 EN REDES SOCIALES

Gasta Alito millones en promocionarse

EL PARTIDO Y SU DIRIGENTE INVIRTIERON MÁS DE 6 MILLONES DE PESOS EN ANUNCIOS Y MEMES MIENTRAS EL TRICOLOR ENFRENTA SU PEOR CRISIS

REDACCIÓN
GRUPO CANTÓN

CIUDAD DE MÉXICO.- El Partido Revolucionario Institucional (PRI) destinó más de 2.8 millones de pesos a la difusión de 207 anuncios y contenidos en Facebook e Instagram entre enero de 2025 y febrero de 2026, muchos elaborados con inteligencia artificial y memes para promover al partido rumbo a la elección presidencial de 2030.

De acuerdo con la Biblioteca de Anuncios de Meta, el dirigente nacional del tricolor, Alejandro Moreno, gastó incluso más que el propio partido, al invertir al menos 3.3 millones de pesos en la promoción de 196 publicaciones desde sus cuentas personales durante el mismo periodo.

En conjunto, el partido y su dirigente destinaron en promedio más de 15 mil pesos diarios a publicidad digital, con mensajes que apelan a la nostalgia y contrastan gobiernos priistas con las administraciones recientes de Morena.



Derroche excesivo de su imagen

El gasto ocurre en medio de la etapa más crítica del PRI, que en los últimos años ha perdido presencia electoral y gubernaturas, además de registrar la peor percepción ciudadana entre los partidos políticos, según encuestas nacionales.

Aunque el partido impulsa campañas donde se presenta como defensor del campo, la seguridad y la economía, cifras del Inegi muestran que en años recientes la brecha de ingresos entre los sectores más ricos y pobres se ha reducido, aunque la desigualdad persiste.

A la par, el PRI fue señalado por el Instituto Nacional Electoral (INE) como el partido

con menor cumplimiento en obligaciones de transparencia durante 2025, al reportar solo una parte de los gastos en difusión y publicidad.

El gasto digital representa solo una fracción del presupuesto destinado a reposicionar al partido en redes sociales, estrategia con la que busca recuperar terreno rumbo a los próximos procesos electorales.

GASTO



En conjunto, el partido y su dirigente destinaron en promedio más de 15 mil pesos diarios a publicidad digital