

# Desoyen reglas y se promueven

ÉRIKA HERNÁNDEZ

Pese a los lineamientos internos que prohíben actos anticipados, morenistas se promocionan rumbo a la definición de candidaturas a gubernaturas y alcaldías para las elecciones de 2027.

En Tlaxcala, decenas de bardas aparecieron con la leyenda “Es ella”, “Porque representa el cambio verdadero” y “Porque conoce todo Tlaxcala”.

La propaganda se atribuye a la senadora Ana Lilia Rivera. Incluso, en uno de los videos difundidos en redes sociales se afirma que por cada barda se cobra de 250 a 300 pesos, y que la instrucción es pintar “en todo el estado”.

Mientras que otros morenistas que impulsan al Alcalde de Tlaxcala, Alfonso Sánchez, también han colocado bardas y espectaculares con la frase “Es él”. Incluso, ponen una silueta de un hombre y en algunas sí se coloca su nombre.

“Yo no he autorizado en ningún momento ni por ninguna vía la utilización de mi nombre. Yo siempre he respetado los tiempos y las leyes. Estoy precediendo ante las autoridades”, argumentó Sánchez.

A mediados de 2022, 15 meses antes de convertirse en candidata, en todo el País aparecieron bardas con la frase “#Es Claudia”, y a finales de ese año los estados se tapizaron de espectaculares.

Pese a lineamientos internos que prohíben actos anticipados, morenistas se promocionan rumbo a candidaturas locales y estatales



■ Ante los próximos comicios de 2027, en la CDMX y en Tlaxcala y han aparecido bardas que se atribuyen a los morenistas Arturo Ávila y Alfonso Sánchez, respectivamente.

El INE logró imponer algunas sanciones, pues como en todos los casos de actos anticipados, los aspirantes argumentan que no fueron ellos y “desconocen” quién pagó.

La abierta campaña anticipada de Andrea Chávez a principios de 2025 orilló al partido a emitir lineamientos éticos el 4 de mayo de

ese mismo año, en los que les prohibieron promocionarse antes de tiempo.

“Se prohíben los actos anticipados de campaña y se rechaza toda práctica de la vieja política, como el acarreo, el reparto de despensas, la manipulación y la coacción del voto.

“Utilizar recursos públicos, programas de bienestar

o esquemas de financiamiento privado para promover la imagen de una persona servidora pública y posicionarla en el conocimiento de la ciudadanía con fines político-electorales fuera de los tiempos legales de precampaña o campaña”, se establece en el lineamiento.

Sin embargo, en los hechos, los morenistas siguen promocionándose y atribuyen a otros dicha difusión.

Videos muestran cómo morenistas, con gorras y chalecos con el nombre de la senadora, reparten gorras y volantes con su nombre y piden respaldarla en su aspiración.

“Ahorita es senadora y pretende ser Gobernadora”, le afirma una mujer a un vecino a quien le reparte volantes con la imagen de la legisladora.

Tras el regaño, ella sube fotografías de eventos que realiza, en los que aparece su imagen y nombre.

En la Ciudad de México, el nombre del vocero de la bancada morenista en la Cámara de Diputados, Arturo Ávila, apareció en decenas de bardas en la Alcaldía Cuauhtémoc.

Él dijo desconocer quién pintó las 500 bardas, pero reconoció que aspira a ser Alcalde o candidato en Aguascalientes, donde es originario.