

A partidos políticos les “encanta” Facebook

El Ciudadano · 6 de abril de 2021

La red social más popular entre los mexicanos ha sido un “nicho” importante para que los partidos políticos se posicionen, den a conocer y logren seguidores



Por Lorena Vázquez

El vacío legal y familiaridad que tienen millones de mexicanos con las redes sociales, especialmente con Facebook, es una de las principales razones para que los partidos políticos inviertan considerables sumas de dinero para transmitir

spots y diversos actos proselitistas para ganar seguidores, y con ello, el próximo 6 de junio tener potenciales votos a su favor.

En los últimos ocho meses, **Movimiento Ciudadano**, (MC); **Partido Verde Ecologista de México** (PEVM); **Movimiento de Regeneración Nacional** (Morena); **Partido Acción Nacional** (PAN), **Partido de la Revolución Institucional** (PRI), **Partido del Trabajo** (PT), **Redes Sociales Progresistas** (RSP) y **Partido Encuentro Solidario** (PES), han gastado **21 millones 193 mil 750 pesos**, para promocionarse en Facebook.

Del PVEM tiene el 53 por ciento del monto total de publicidad pagada por los partidos en este medio, al invertir 11 millones 303 mil 505 pesos, del 4 de agosto de 2020 al 3 de abril de este año. En este tema le sigue Morena, partido que ha destinado cinco millones 497 mil 702 pesos en anuncios.

También Movimiento Ciudadano hizo un desembolso de dos millones 765 mil 416 pesos. En contraste, PAN y PRI no superaron el millón de pesos en el lapso del 4 de agosto de 2020 al 3 de abril de este año. Por su lado, Acción Nacional gastó 906 mil 119 pesos; mientras que el partido tricolor destinó 323 mil 121 pesos.

El PT se ubica en sexta posición en cuanto a dinero erogado en Facebook para promocionarse, con 221 mil 231 pesos, seguido de Redes Sociales Progresistas, con 174 mil 279 pesos. En el último puesto está el PES, con dos mil 377 pesos, y finalmente **el PRD no ha dado ni un solo peso** para promoverse en esta red social.

En la semana previa al arranque de las campañas electorales, Morena desembolsó casi 300 mil pesos en anuncios. Del 27 de marzo al sábado pasado, el PVEM destinó un millón 266 mil 948 pesos a publicidad en la red social.

Movimiento Ciudadano le apuesta en dólares

Como dato curioso, incluso sorprendente, **los informes de promocionales de Movimiento Ciudadano en Facebook se encuentra en dólares**, como el del pasado 3 de febrero, bajo la leyenda “El naranja viene preparado para defender Nuevo León. ¿Estás listo?”, destinado solo a esa entidad, con una inversión de dos mil dólares.

Los registros mencionados se pueden verificar en las Bibliotecas de Anuncios, que pueden ser consultadas en el apartado Transparencia de la Página, de todas las *fanpages* de Facebook.

Fuente: [El Ciudadano](#)