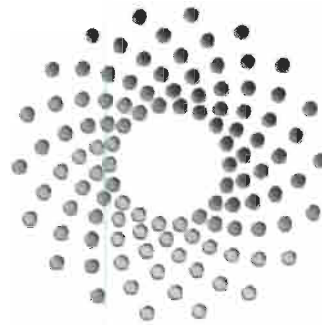




VII LEGISLATURA



**PARLAMENTO
ABIERTO**

La voz de la ciudadanía

PARTIDOS POLITICOS

Para su consulta vía Internet ingresa a la página

www.aldf.gob.mx

ADVIERTE ERRORES

El PRD no agoniza, afirma Granados

ABIGAÍL CRUZ

Su presidente nacional dijo que “tenemos desde ahora para preparar la siguiente campaña” en el 2021

El Partido de la Revolución Democrática (PRD) no está en agonía tras los resultados del 1 de julio, dijo el presidente nacional de ese partido, Manuel Granados Covarrubias, quien se pronunció a favor de que se revise el acuerdo de política de alianzas firmado hasta el 2024, debido a que de haber ido solos en el pasado proceso electoral, hubieran ganado “muchos más espacios” de lo que hoy obtuvieron con el PAN.

En entrevista con *El Sol de México*, el perredista también anunció que a partir de la próxima semana el partido entrará en una discusión profunda y de mayor reflexión sobre la situación actual del Sol Azteca donde se decidirá el camino a seguir.

“En la repartición de candidaturas tenemos 90 de 300, es decir, se quedaron más de 210 candidatos fuera y en esos territorios no hicimos campaña con candidatos propios, por eso yo creo que a ello se debe también el que no haya una presencia de campaña del partido y que se vea reflejada en la votación para el Sol Azteca”, explicó.

El exfuncionario del gobierno capitalino dijo que lo primero que tendrán que hacer es conocer su realidad, “y saber dónde estamos parados y cuál es nuestro papel en este momento a nivel nacional, reconociendo estos puntos, entonces tenemos que crecer y recuperarnos”.

Manuel Granados advierte errores, pero

descarta que el partido desaparezca, acusa de una embestida de Morena y de Andrés Manuel López Obrador, “hoy nos enfrentamos ante un liderazgo que tenía haciendo campaña en todo el territorio nacional; la siguiente elección, la del 2021 será una elección intermedia, ya no va a estar esa figura haciendo campaña y será donde el PRD, tenemos desde ahora para preparar esa campaña electoral”, indicó.

—¿El PRD va a desaparecer?

—No, no hay una agonía del partido, al contrario los resultados del 1 de julio son una oportunidad para resurgir para poder tener claridad en la parte de las banderas ideológicas del PRD, de pensar en su refundación, todas las posibilidades deben de estar abiertas y lo que decida colegiadamente el PRD será lo que se tendrá que hacer.

¿Cuáles fueron los factores que llevaron al Sol Azteca a su derrota?

—Hoy nos enfrentamos ante un liderazgo que tenía 18 años haciendo campaña en todo el territorio nacional, la siguiente elección 2021 será una elección intermedia ya no va a estar esa figura haciendo campaña y será donde nosotros tenemos desde ahora que preparar esa campaña electoral y medir nuestra fuerza”

—¿Fue un error ir en alianza con el PAN y Movimiento Ciudadano?

“Al no llevar candidatos propios el PRD, sus militantes por quien pedía el voto; pero se fortaleció la participación donde llevábamos candidatos propios en 90 y tantos distritos y solo pedían votos por el PRD es-

“Se fortaleció la participación donde llevábamos candidatos propios”

tamos hablando de un tercio de candidatos propios y es evidente que eso se reflejó en los resultados”.

—¿Cómo queda el PRD después de los comicios electorales del 1 de julio?

El PRD lo primero que tendrá que hacer es conocer su realidad, cual es nuestra realidad y saber dónde estamos parados y saber cuál es nuestro papel en este momento a nivel nacional, reconociendo ello, entonces tenemos que crecer y avanzar. También debemos reconocer nuestros errores y potenciar nuestros acierto.

¿Hicieron mucho daño las corrientes internas al PRD en el proceso electoral?

—Yo creo que la parte organizacional del PRD a través de las expresiones está agotada. Yo creo que se deben de cambiar las reglas que debemos de generar condiciones de una participación política, clara e insisto en que se reconozcan el trabajo territorial y sobre todo premiar la lealtad pero sobre todo que esos liderazgos sean reconocidos en lo local y en lo nacional, por su entrega y trabajo.

A partir de la próxima semana el partido entrará en una discusión profunda y de mayor reflexión sobre la situación actual del Sol Azteca

#SALDOSDELIDELJULIO

Con un pie fuera del sol azteca

ALGUNOS DE LOS MIEMBROS DE LOS GALILEOS CONSIDERAN QUE EL PRD CUMPLIÓ SU CICLO

IDEAS Y CRUCES

• Eliana García, quien abandonó el PRD, pidió a sus compañeros ser congruentes.

• Belaunzarán llamó a analizar las acciones a tomar siendo reflexivos.

Integrantes de Iniciativa Galileos, corriente del PRD, plantearon la posibilidad de abandonar el sol azteca y fundar otro instituto político.

En una reunión poselectoral, miembros de dicha corriente señalaron que el PRD ya dio lo que tenía que dar como organización política, pues los malos manejos lo llevaron a la crisis que hoy afronta.

A la reunión, celebrada en un hotel de la colonia Juárez, en la Cuauhtémoc acudieron miembros de todo el país.

POR CARLOS NAVARRO

PAIS@HERALDODEMEXICO.COM.MX

DILEMA



Podemos aprovechar el registro que ya está para construir algo distinto o construir algo diferente y novedoso.

FERNANDO BELAUNZARÁN
MIEMBRO DEL PRD

La primera en revelar este planteamiento fue Elizabeth Segura, quien dijo que ya no se identifica con el perredismo.

“Tenemos que ver el nicho de posibilidades que tenemos como Galileos, no como PRD (...) pido que hagamos un análisis serio.

“Es mejor irnos con dignidad, armar algo nuevo. Creo que Galileos puede dar ese brinco, demos el siguiente paso. Pido ese análisis”, afirmó la consejera nacional del sol azteca.

Alejandro Gamiño Palacios, exalcalde del municipio mexicano de Coacalco, destacó que no tiene caso refundar el partido.

“Qué caso tiene seguir intentando transformar, renovar, refundar el PRD (...) el PRD ya está acabando.

“Como una expresión o un partido propio, creo que vamos a poder incidir muchísimo si es que así lo hacemos. Vayamos a hacer nuestro partido político nacional y tenemos todo para hacerlo”, dijo Gamiño.

Juan Manuel Rodríguez Nieto, quien fuera dirigente estatal del PRD en Tamaulipas, hizo eco de las propuestas de sus compañeros.

“Sí podemos construir un partido, pero también tenemos que acomodar compañeros (...) es momento, el PRD ya cumplió su objetivo”, señaló.

Fernando Belaunzarán llamó a una reflexión antes de llevar a cabo este tipo de decisiones.

“El PRIAN” hizo daño profundo al blanquiazul: Zepeda

GEORGINA SALDIERNA

El dirigente nacional del PAN, Damián Zepeda, consideró que perdieron la elección presidencial porque la gente ubicó su partido como uno que ya había gobernado y no logró el cambio de fondo esperado. También influyó que muchos militantes se esmeraron en hacer ver a Acción Nacional como lo mismo que el PRI.

“El tema del PRIAN nos hizo un profundo daño”, afirmó al evaluar las causas de la derrota electoral sufrida el pasado 1° de julio y ofrecer que la renovación de la dirigencia nacional prevista para octubre o noviembre se realizará en un ambiente de equidad y transparencia.

Zepeda reconoció que sin duda los resultados electorales no fueron los esperados ni positivos, eso requerirá de una profunda reflexión interna. Refirió que todo fracaso o triunfo es multifactorial. Además, no debe perderse de vista que hubo un fenómeno nacional nunca visto en la historia reciente del país, de una votación tan grande hacia una persona, indicó.

Esto demuestra un hartazgo muy fuerte de la sociedad al sistema y plantea la pregunta de por qué en el PAN “no logramos encabezar ese ánimo de cambio, cuando también representábamos un cambio”, añadió.

dió en entrevista con *La Jornada*.

Para el político sonorensé, eso tiene que ver con muchos factores internos y externos que causan un impacto, desde un mayor esfuerzo en términos de unidad. “Tenemos que hacernos cargo de que mucha gente nos ubicaba como un partido que ya había gobernado y que no hay todavía un cambio de fondo en el país”.

—¿Influyó la salida de Margarita Zavala?

—Todo. Ojalá no se hubiera dado, pero las personas toman sus propias decisiones. Si algo vimos en este proceso fue gente saltando a otras opciones.

Frente a los señalamientos de que Ricardo Anaya no logró conectar con la ciudadanía, Zepeda dijo que los panistas están orgullosos de su abanderado, pues “ganó los debates y luchó con gran valentía”. Pero los ataques del gobierno en su

contra lo afectaron, dijo en alusión a los señalamientos por corrupción en la compra-venta de una bodega propiedad del político queretano.

No puede pasar que el gobierno intervenga en el proceso electoral de la manera como lo hizo para dañar a una persona. Fue ilegal e inmoral, subrayó el presidente nacional del PAN y uno de los principales colaboradores de Anaya.

Sobre la renovación de la dirigencia que varios panistas exigen que ya se dé, estimó que podría realizarse entre octubre y noviembre, pues explicó que el proceso se llevará tres meses, entre la publicación de

la convocatoria, el registro de aspirantes y las campañas.

Zepeda puntualizó que no buscará un periodo adicional en la dirigencia del *blanquiazul*, ya que en cuanto empiece la próxima legislatura se dedicará de lleno a sus tareas como senador. Aclaró que de ninguna manera se autodesignará coordinador de la fracción panista en el Senado de la República, pues estimó que cuando dicho procedimiento se dé probablemente ya habrá dejado la dirección panista. Cabe destacar que los estatutos del PAN dan al presidente del instituto político la facultad de nombrar a los líderes de los grupos parlamentarios.

Mientras se mantenga en la dirigencia dijo que garantizará una renovación transparente y equitativa en un ambiente de unidad.

MC sobrevive y sacó ventaja de aliarse con PAN y

PRD

En las elecciones del primero de julio, Movimiento Ciudadano (MC) mantuvo su registro con apenas 4 por ciento de la votación. Sin embargo, a través de la alianza que conformó con el PAN y el PRD, podría tener siete escaños en el Senado y 29 en la Cámara de Diputados, que incluyen posiciones de mayoría relativa y plurinominales.

Según los cómputos distritales, en los comicios presidenciales

apenas tuvo un millón 10 mil 891 votos, es decir, 1.78 por ciento de la votación, en la de senadores alcanzó 2 millones 654 mil 452 sufragios (4.68), y en diputaciones 2 millones 485 mil 198 (4.41 por ciento).

Si bien las cifras finales sobre el número de espacios que tendrá en el Congreso se darán a conocer por el Instituto Nacional Electoral (INE) una vez que haga la distribución de plurinominales, se calcula

que MC tendrá más diputados y senadores que los obtenidos en las pasadas elecciones.

En la actualidad, en la Cámara de Diputados tiene 21 legisladores y en el Senado no tiene grupo parlamentario, aunque sí una senadora.

Por sí solo, MC únicamente ganó las senadurías de mayoría relativa de Nuevo León y en coalición se hizo de las uninominales de Jalisco, estado en el que ganó la gubernatura

con Enrique Alfaro, aunque éste ya se deslindó de esa fuerza política.

Entre su legisladores que llega-

rán al Congreso se encuentran el dirigente Dante Delgado, el ex rector de la Universidad de Guadalajara, Tonatiuh Bravo Padilla; Agustín Basave Alanís, hijo del ex dirigente del PRD del mismo nombre, y la ex secretaria de Gobierno de Ciudad de México, Patricia Mercado.

Georgina Saldierna

JEFATURA DE GOBIERNO

Gastan 113.6 mdp los siete candidatos

ISRAEL ZAMARRÓN

Las empresas ISA Corporativo y JCDecaux, dos de las más grandes en cuanto a publicidad, fueron de las más activas

En su intento por ganar la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, los siete candidatos que compitieron en la pasada contienda hicieron un gasto total de 113 millones 607 mil 647 pesos de recursos públicos.

De acuerdo con el más reciente reporte de fiscalización del Instituto Nacional Electoral (INE), ninguno de los contendientes rebasó el tope de gastos de campaña, establecido en 30 millones 259 mil 504.80 pesos.

En la elección del pasado 1 de julio votaron cinco millones 372 mil 46 personas, según cifras del Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM), por lo que al dividirse entre el monto gastado en campaña, resulta que el voto por capitalino costó 21.14 pesos.

De las cifras que reporta el INE se desprende que tanto la ganadora de la elección, Claudia Sheinbaum (Morena, PT, PES), como Alejandra Barrales (PRD, PAN, MC) fueron las que más gastaron.

La morenista erogó 26 millones 718 mil 662.40 pesos, mientras que la perredista hizo lo propio con 26 millones 836 mil

219.25 pesos; es decir, entre las dos gastaron 53 millones 554 mil 881.6 pesos, que equivalen a 47% del gasto total.

Mariana Boy, del Partido Verde, fue la tercera con más gasto, con 27 millones 893 mil 411.30 pesos; atrás quedó Mikel Arriola, del PRI, con 21 millones 170 mil 504.30 pesos.

La candidata de Nueva Alianza, Purificación Carpinteyro, gastó cinco millones 944 mil 178.62 pesos; el del Partido Humanista, Marco Rascón, cuatro millones 859 mil 319.42 pesos y finalmente la aspirante sin partido, Lorena Osornio, reportó 185 mil 352 pesos.

Por casos específicos, el voto de la candidata Purificación Carpinteyro fue el más caro, pues apenas obtuvo 36 mil 105 votos, lo que da un costo por sufragio de 164.63 pesos.

El más barato fue el de Lorena Osornio: cada uno de sus 64 mil 591 sufragios tuvo un costo de 2.8 pesos.

EMPRESAS GANONAS

Las pasadas campañas no dejaron únicamente una ganadora, pues las empresas proveedoras de los candidatos también triunfaron al llevarse varios millones de

BARATO

EL VOTO más barato fue el de Lorena Osornio: cada uno de sus 64 mil 591 sufragios tuvo un costo de 2.8 pesos.

pesos a la bolsa durante la contienda.

Las empresas ISA Corporativo y JCDecaux, dos de las más grandes en cuanto a publicidad, fueron de las más ganonas.

La primera controla los más de 70 mil espacios de publicidad del Sistema de Transporte Colectivo (STC) desde el gobierno de Andrés Manuel López Obrador; esta empresa fue proveedora tanto de Sheinbaum como de Barrales.

La morenista pagó una cifra de tres millones 787 mil 643.60 pesos para la renta de espacios publicitarios en la red del Metro; la perredista hizo lo propio con un pago de un millón 921 mil 875 pesos. En total fueron cinco millones 709 mil 518.60 pesos.

Por su parte Mikel Arriola, candidato externo del PRI, solamente pagó 100 mil pesos a ISA Corporativo y optó por la empresa publicitaria JCDecaux, con origen en Francia. El pago que realizó el aspirante del tricolor fue de seis millones 586 mil 670.42

pesos. El 27 de abril de 2017 esta empresa obtuvo de la Oficialía Mayor el permiso para explotar 898 espacios publicitarios en la Línea 7 del Metrobús, que va sobre Paseo de la Reforma, a cambio de una contraprestación anual de 11.5 millones de pesos.

Además JCDecaux es propietaria, desde abril de 2016, de la empresa de publicidad exterior Vendor, a través de la cual posee 241 de los mil 273 anuncios espectaculares reconocidos en el padrón de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda.

Otra empresa beneficiada en estas campañas fue La Covacha Gabinete de Comunicación S.A. de C.V., contratada por Barrales por 515 mil 620 pesos.

Esta productora fue la encargada de realizar el video viral de campaña del Movimiento Ciudadano, protagonizado por el niño huichol Yuawi López.

Una de las pocas empresas que fueron contratadas por tres candidatos dis-



Fecha 15-JUL-2018

Página 7

Sección Periodo

VII LEGISLATURA

tintos fue Lecteus S.A. de C.V., dedicada a la impresión en gran formato; de acuerdo con su perfil de LinkedIn, es Fernando Escoto el director general de este grupo.

Lecteus fue contratada por Barrales, que pagó un millón 709 mil 980 pesos; por Arriola, que dio 432 mil 712.36 pesos y por Mariana Boy, que asignó 865 mil 124.55 pesos.

¿CUÁNTO COSTARON LOS VOTOS?

			
	Gasto en campaña	Votos obtenidos	Costo del voto
Claudia Sheinbaum	\$26,718,662	2,537,454	\$10.52
Alejandra Barrales	\$26,836,219	1,673,015	\$16.04
Mikel Arriola	\$21,170,504	691,772	\$30.6
Mariana Boy	\$27,893,411	206,942	\$134.7
Marco Rascón	\$4,859,319	51,676	\$94.03
Purificación Carpinteyro	\$5,944,178	36,105	\$164.63
Lorena Osornio	\$185,352	64,591	\$2.8

Cantidades en pesos / Fuentes: INE e IECM