



LLEGÓ
LA HORA
A LAS
'COR
CHO
LA
TAS'



LUEGO DE **70 DÍAS** DE RECORRER EL PAÍS
Y PROMOVERSE CON **ACARREOS**, CAMPAÑAS **POCO**
AUSTERAS Y **VIOLANDO LAS REGLAS** ELECTORALES,
LOS ASPIRANTES PRESIDENCIALES DE LA 4T
ARRIBAN A LA META Y ESPERAN LOS RESULTADOS
DE LA **ENCUESTA QUE DEFINIRÁ**
AL ABANDERADO MORENISTA

ÉRIKA HERNÁNDEZ

Tras 70 días de enfrentamientos, de acarrear estructuras corporativas y hasta gubernamentales a sus asambleas, de financiamiento sospechoso, de campañas poco austeras e incumplir las reglas electorales, Morena elegirá esta semana a su candidato presidencial.

Del 28 de agosto al 3 de septiembre, 12 mil 500 personas en todo el País definirán, a través de la encuesta, quién será el abanderado morenista en la elección de 2024.

Fueron 10 semanas en las que los seis aspirantes recurrieron a todo para promocionarse y ganar simpatías. Cada uno tuvo una campaña distintiva, tanto por el toque personal que le dieron como por la movilización que hicieron sus operadores.

Sin contar conferencias de prensa, entrevistas, visitas a empresas o recorridos “casuales” por mercados, calles u otros lugares, únicamente en asambleas, encuentros con simpatizantes o foros, Adán Augusto López encabeza la lista, con más de 170, seguido por Claudia Sheinbaum, con 97 eventos.

Ricardo Monreal prácticamente no descansó ni un día, y logró 93 asambleas y reuniones con grupos representativos. Mientras que Marcelo Ebrard realizó 83.

De acuerdo con sus publicaciones, Gerardo Fernández Noroña efectuó alrededor de 80 asambleas o encuentros, y Manuel Velasco unos 74 actos.

Velasco, Fernández Noroña y Ebrard fueron los únicos que visitaron Estados Unidos para promocionarse.

Algunos se centraron en asambleas tradicionales, mientras que otros echaron mano de “alternativas” para visibilizarse, como recorrer

mercados, tocar puertas, comer en casas de ciudadanos o en pequeños locales, visitar iglesias, museos, monumentos o sitios emblemáticos, llegar en moto o en “vocho” a sus actos, subirse a lanchas y hasta armar bailes o jornadas a favor de mascotas.

La mayoría de ellos se dijo “el más cercano” al Presidente Andrés Manuel López Obrador.

¿QUIÉN PAGÓ?

Aunque el partido pidió campañas austeras, éstas no lo fueron. Del 19 de junio al 20 de agosto, los cuatro aspirantes de Morena afirmaban haber gastado 12 millones 125 mil pesos.

Sin embargo, dicha cifra contrasta con la realidad, pues pese a que los eventos fueron actos con miles de asistentes, y dispusieron, en su mayoría, de sillas, se colocó sonido profesional, pantallas, vallas para su paso, macroescenarios, enormes carpas, contratación de salones en hoteles reconocidos e incluso transmisión de video



por empresas profesionales, el costo promedio que reportaron por acto va de los 10 mil a los 30 mil pesos.

Los aspirantes jamás informaron al partido quién pagó por la propaganda utilitaria que se repartió en sus actos, como gorras, playeras, banderines, o por las bandas musicales, comida y traslado de miles de simpatizantes en autobuses o microbuses.

Nadie asumió la autoría del financiamiento de cerca de mil 500 espectaculares o de la propaganda en vía pública y transporte que se desplegó en todo el País a favor de cuatro de las principales "corcholatas". Todos dijeron "desconocer" a los autores y responsabilizaron a los simpatizantes.

Velasco y Fernández Noroña se hicieron de la vista gorda y jamás reportaron cuánto gastaron en sus recorridos por el País ni transparentaron cuánto dinero recibieron del PVEM v PT.

REGLAS DE 'CHOCOLATE'

Las reglas del INE, resultado de denuncias por actos anticipados de precampaña y campaña, llegaron tarde, un mes después de que los morenistas habían arrancado su proselitismo.

Tras la emisión de lineamientos para regular las últimas semanas del proceso interno, los aspirantes realizaron algunas modificaciones a sus mensajes y propaganda, pero siguieron incumpliendo la norma.

Por ejemplo, tenían prohibido hacer propuestas de Gobierno, no referirse a sus aspiraciones presidenciales o hablar de la continuidad del Gobierno actual. Esto fue la constante.

La autoridad acordó "peinar" el País para contabilizar los espectaculares y detectar quién los pagó, así como ordenar su retiro. Esto último jamás sucedió, al contrario, en la recta final de la contienda se instalaron más, principalmente de Adán Augusto y Manuel Velasco.

De acuerdo con el INE se ordenó a Morena retirar la propaganda masiva, pero la dirigencia nacional le echó la bolita a la autoridad electoral. La petición del López Obrador para quitar la pu-

blicidad también fue un llamado a misa.

Así, será hasta diciembre que se conozca cuánto pudieron haber gastado los aspirantes presidenciales y quién los financió, además de Morena, PT y PVEM.

LA PUGNA SHEINBAUM-EBRARD

Las diferencias entre Claudia Sheinbaum y Marcelo Ebrard, quienes encabezan las encuestas, con las que arrancó el proceso interno, se multiplicaron en la recta final.

Al inicio, el ex Canciller dejó a sus operadores las acusaciones contra el apoyo indebido a su adversaria, pero en las últimas semanas él personalmente denunció el uso de recursos públicos del Gobierno federal y capitalino para apoyarla.

"Estan usando masivamente a la Secretaría del Bienestar en todo el País. Están utilizando a las brigadas para decirle a la gente que el Presidente quiere que



sea Claudia. Están haciendo un acarreo, de veras, monumental”, dijo el pasado 16 de agosto.

Esto intensificó el enfrentamiento entre legisladores de ambos bandos. Quienes respaldan a la Jefa de Gobierno llamaron a la unidad, mientras que los que apoyan a Ebrard advirtieron que la unidad pasa por cumplir las reglas y no recurrir a prácticas priistas, como usar programas sociales o presionar a empleados.

Desde el inicio del proceso, Monreal y Fernández Noroña advirtieron de excesos en las asambleas de algunos

de sus compañeros, pues en ellas se reflejaba el derroche de recursos, además del despliegue de espectaculares y propaganda en vía pública.

Sin embargo, la dirigencia nacional decidió “observar los toros desde la barrera”, y únicamente se limitó a enviarles una carta pidiéndoles una reflexión sobre el desarrollo de sus giras, un deslinde de quienes instalaban propaganda a su favor y exhortar a sus simpatizantes a frenar la guerra sucia y las descalificaciones.

“Mi amigo, compañero de lucha, haciéndose que la virgen le habla, haciéndose bien pen..”, le respondió el 9 de julio Fernández Noroña.

Un día, y el otro también, Monreal exigió piso parejo, y recriminó a Delgado que no actuara.

“Hay lugares donde los Gobiernos estatales y municipales, a las gentes se les prohíbe o no se les permite acudir a mis eventos, porque la gente tiene temor de que se moleste si cumplen esa indicación: líderes sociales, transportistas, ciudadanos”, denunció el senador con licencia.

Delgado siempre minimizó las quejas, e incluso defendió a Sheinbaum afirmando que no había pruebas. ■

TIEMPOS Y FORMAS

- **Levantamiento de encuesta:** Del 28 de agosto al 3 de septiembre
- **Proceso:** Cinco encuestas. La principal será de la Comisión Nacional de Encuestas del CEN de Morena, y cuatro empresas particulares realizarán encuestas espejo.
- **Las casas encuestadoras** fueron propuestas por Augusto López, Claudia Sheinbaum, Manuel Velasco y Marcelo Ebrard.
- **Cada una aplicará** 2,500 sondeos, por lo que en total se aplicarán 12,500 en todo el País.
- **Se aplicará un cuestionario** de 4 o 5 preguntas, pero la que tendrá más valor es la que se refiere a quién quiere como candidato. Ésta irá en una boleta circular con las fotos de los aspirantes y será depositada en una urna.



■ **La encuesta se aplicará** personalmente en domicilios, y asistirá un coordinador del CEN, un encuestador privado y un representante de cada aspirante.

RESULTADOS: 6 de septiembre.

■ **El ganador será** "Coordinador (a) de defensa de la transformación", para no violar la ley.



■ Hasta pizzas repartieron en un evento de Adán Augusto.



■ Los acarreos fueron comunes con varios aspirantes.







