



Signos vitales

Alberto Aguirre

alberto.aguirre@eleconomista.mx

Detrás de Mario Delgado

Un desastroso proceso interno para designar a los candidatos en Baja California Sur había alejado a **Mario Delgado** de la campaña del profe **Víctor Castro Guluarte**, quien arrancó la carrera por la gubernatura de aquella entidad rezagado 20 puntos del abanderado panista, Pancho Pelayo.

De las 15 gubernaturas que se disputaron el pasado 6 de junio en las elecciones concurrentes a la federal, Baja California y Querétaro eran las menos prioritarias para la dirigencia nacional de Morena. Ambas entidades estaban gobernadas por el PAN, con gobernadores bien evaluados. Y en Los Cabos —habían detectado los servicios de inteligencia— estaba radicado el expresidente **Felipe Calderón**, quien recomendó al despacho Día D, de **Luis Rodolfo Oropeza** y **José Francisco Valery**.

El CEN morenista había decidido, por género, el registro de **Celia Maya** en Querétaro. Una candidatura testimonial que contó con la guía estratégica del consultor español **Aleix Sanmartín**, señal indudable de la atención que Mario Delgado pondría en la campaña de la exmagistrada.

Castro Guluarte había dejado la bancada morenista en la Cámara alta. Cercano a Los Puros, convencido de la efectividad del trabajo comunitario y la defensa de los desprotegidos, rechazó con vehemencia la ayuda del equipo monrealista. Quería entrar al gobierno sin deudas ponzoñosas o compromisos aviesos.

A la tierra, el presupuesto de la campaña. **Héctor Llerena** y **Mario García** eran dos estrategias foráneas que ni siquiera podían hacer sus recomendaciones porque el candidato a la gubernatura no tenía *war room*. A duras penas lo convencieron de grabar la serie de spots más ingeniosa de todo el ciclo electoral del 2021.

El profe sabía que la estrategia no lo es todo. Y en eso coincidía el entonces gobernador de Tabasco y ahora secretario **Adán Augusto López Hernández**, quien lo adoptó a un mes de las elecciones, cuando la desventaja era de 10 puntos.

Hasta entonces, Delgado accedió a respaldar al candidato peninsular. Y dejó el reforzamiento comunicacional de esa campaña en manos de **Iván Silva Yamone**. El mandamás de Heurística Comunicación es uno de los integrantes del cuarto de guerra del presidente de Morena, cuya integración se consolidó después de que el INE cancelara las candidaturas de **Félix Salgado Macedonio** en Guerrero y **Raúl Morón** en Michoacán.

El revés del INE a esas nominaciones, pero sobre todo la alianza PAN-PRI-PRD obligaron a una estrategia de "alta intensidad" que para esquivar la fiscalización de la autoridad electoral se concentró en medios digitales. Para combatir el discurso de la oposición, una comunicación de contraste con una variedad de piezas audiovisuales, entre las que destacaron: PRIAN: corrupción y poder, una serie de 10 videos de 90 segundos de duración cada uno, con una agenda sobre el INE; 60 spots pautados en redes sociales y un centenar de *bumpers*; el sitio web Defiende la democracia; los gráficos y los banners de sus campañas contra **Claudio X. González** y para promover la consulta sobre los expresidentes...

Conectados directamente a Palacio Nacional, a través de **Carlos Salces**, este pool de publicistas políticos ya está en el radar de los opositores a la Cuarta Transformación. Y buscan los contratos asignados por las dependencias federales con Heurística Comunicación, Atlas, +Starch, Laboratorio Creativo, NF Producciones e IStrategy.

El *war room* del presidente de Morena presume haber ganado la mayoría de la Cámara de Diputados, 11 gubernaturas y 692 ayuntamientos, con lo que el partido oficialista gobernará a más de la mitad de la población del país. Convenientemente no aluden al resultado electoral en la Ciudad de México, donde ya trabajan para una candidatura presidencial.

Efectos secundarios

MEJORÍAS. El futuro del buen gobierno corporativo está a debate. La gestión de riesgos, las decisiones complejas, los dilemas éticos y las mejores prácticas serán discutidos por expertos y académicos en un simposium virtual convocado por el Colegio Nacional de Consejeros Profesionales Independientes de Empresas para celebrar su quinto aniversario, con representantes de las Big 4, las empresas más importantes del mundo en el sector de la consultoría y auditoría.

