

**EL DIARIO**  
[DE COAHUILA]

BUSCA COMPRAR SU IMAGEN

# Despilfarra Alfaro dinero en medios

Fue principal negociador para consolidar la alianza de PAN, PRD y MC que postuló a Ricardo Anaya

Enrique Alfaro fue negociador clave para consolidar la alianza del PAN, el PRD y Movimiento Ciudadano (MC) que en 2018 postuló al panista Ricardo Anaya a la Presidencia de la República; y desde entonces no tenía duda de que sería gobernador de Jalisco ni se descartaba como presidenciable en 2024.

—¿También quiere ser presidente de la República? —le preguntó el reportero, en noviembre de 2017, en su despacho de alcalde de Guadalajara.

—No, por lo pronto.

—¿Y después de ser gobernador?

—No está en mis prioridades de vida. Me gustaría más, después de haber cumplido con mi estado, ser entrenador de fútbol. Ese es mi plan hoy, ya veremos después qué sigue.

Lo que siguió después de ganar las elecciones y asumir como gobernador, hace 19 meses, fue la construcción de un proyecto político que trasciende Jalisco y que está cimentado en el contraste con el presidente Andrés Manuel López Obrador, pero también, a la manera de Enrique Peña Nieto, en el tejido de alianzas con la élite del país y millonarios recursos para medios de comunicación de alcance nacional.

Arcas de los medios

En efecto, la imagen de Alfaro se construye con abultados presupuestos publicitarios que se destinan sobre todo a los medios de la Ciudad de México —Televisa y TV Azteca al frente—, sede también de las élites política, económica y cultural que lo impulsan como alternativa al proyecto de López Obrador.

De estirpe priísta, Alfaro no escatima dinero público para su proyección nacional. El año pasado el único gobernador de MC destinó oficialmente 134 millones 791 mil pesos a gastos de comunicación social y en 2020, pese a la emergencia sanitaria, ya acumula —hasta mayo— 108 millones 129 mil pesos, cuyos principales beneficiarios son los medios televisivos, radiofónicos, escritos y digitales de la capital del país, que son monitoreados y analizados por empresas contratadas con ese fin.

Alfaro se desdijo de su promesa de no adquirir “ni un solo peso” de deuda, y acumula más de 33 mil millones de pesos con los que hipotecó a Jalisco hasta después de 2040, pero en vez de recortar los gastos de promoción por la pandemia de Covid-19, que repunta en el estado, los incrementó.

Sólo el año pasado Televisa recibió del gobierno de Alfaro 40 millones de pesos del presupuesto de comunicación social, pero el contrato más jugoso fue a través de su filial, Operbes S.A. de C.V., por el que obtuvo 2 mil 663 millones de pesos para la instalación de internet inalámbrico en todo el estado.

A TV Azteca le destinó, sólo el año pasado, 16 millones de pesos, y hasta mayo de este año le contrató otros 6 millones; a Grupo Imagen, 5 millones de pesos; Milenio, 4 millones 500 mil pesos, y Radio Fórmula, 3.5 millones de pesos. Diarios de la Ciudad de México, como Milenio, El Universal (3.5 millones de pesos) y El Financiero (3 millones de pesos) también han sido beneficiados con cantidades millonarias, algunas de ellas aún no hechas públicas por el gobierno de Alfaro.

A la revista Nexos, que fundó el historiador Héctor Aguilar Camín, el gobierno de Alfaro le otorgó, sólo el año pasado, 5 millones 715 mil pesos, mientras que a la revista Letras Libres y Editorial Clío, empresas del también historiador Enrique Krauze, les ha dado más de 5 millones de pesos.

El dinero público a Krauze lo reveló, con base en los contratos, Álvaro Quintero, miembro del Observatorio Permanente del Sistema Estatal Anticorrupción, después de que Krauze respaldó a Alfaro en la acusación a López Obrador y Morena de ser los instigadores de las protestas por el asesinato del albañil Giovanni López.

Millones a sus asesores

Pero si Alfaro no conoce la austeridad para promoverse en los medios, no conoce límites con las empresas consultoras que fabrican y difunden su imagen. Todos los contratos, además, son asignados por adjudicación directa.

Tres en especial son las empresas de los amigos de Alfaro, coordinadas por su consultor Rafael Valenzuela, que lo han acompañado desde las presidencias municipales de Tlajomulco y Guadalajara y que en los dos años de gobierno estatal han sido beneficiadas: La Covacha, Eu Zen e Indatcom. Las tres han obtenido contratos por más de 120 millones de pesos.

Sólo el año pasado La Covacha, Gabinete de Comunicación S.A. de C.V., especialista en producción audiovisual, creatividad y branding, obtuvo 22 millones 205 mil pesos; Indatcom, S.A. de C.V., que da servicio de gestión y administración de pauta digital, 13 millones 650 mil pesos; y Eu Zen Consultores, S.C., encargada del diseño de la estrategia de comunicación integral, 16 millones 500 mil pesos.

Y este 2020, según información oficial, La Covacha obtuvo 20 millones de pesos; Eu Zen Consultores, 18 millones, e Indatcom consiguió dos contratos: uno por 17 millones 635 mil pesos y otro por 16 millones 254 mil pesos.

“Desde luego que el gasto en comunicación social, en las proporciones que las está ejerciendo Alfaro, no es un gasto prioritario. No se justifican de ninguna manera esos montos”, expresa Bernardo Masini, miembro de la Asociación Mexicana del Derecho a la Información, capítulo Jalisco.

—¿La orientación del dinero público a medios de la Ciudad de México obedece a su proyecto presidencial?

—Desde que comenzó su gestión como gobernador, Alfaro ha sido esquivo no sólo con los medios locales; también con las organizaciones de la sociedad civil y en general con quienes lo buscamos para intercambiar ideas.

“Es claro que gobierna Jalisco, pero con la mira puesta en algo más grande, que no se ubica en el estado. Eso me parece un gran error. Incluso si se confirman sus aspiraciones presidenciales, difícilmente podría construir una plataforma sólida si no amarra primero una base sólida en el lugar que gobierna.”

**Millones a calificadoras**

**En plena promoción en medios de comunicación de la Ciudad de México, y aun en medio de la emergencia sanitaria por el Covid-19, Alfaro también pagó millones de pesos a las calificadoras internacionales.**

**En marzo, el gobierno de Jalisco pagó 14 millones 617 mil pesos a tres calificadoras: A Fitch, 6 millones 345 mil 200 pesos; a Moody's, 4 millones 368 mil 560 pesos; a HR Ratings, 3 millones 903 mil 400 pesos.**