



La comunicación *fosfo fosfo* de Samuel García, gobernador electo de Nuevo León

El triunfo tiene marca registrada y es gracias al fenómeno social que se consolidó y que provocó que Movimiento Ciudadano se hiciera de la gubernatura del estado más importante del noreste de México.

 **Por José L. Mendoza De Anda**
Universidad IEU (Puebla, México)

Nuevo León ha pasado por un proceso electoral muy singular y distinto al resto de los comicios nacionales que se vivieron el pasado 7 de junio en México, pues “la joya de la corona”, como muchos la nombraron, tomó reflectores una vez que el candidato Samuel García, de Movimiento Ciudadano, quien iniciara en cuarto lugar, pasara en solo dos meses a ser el candidato preferido entre jóvenes y adultos, pero ¿cómo sucedió?

En gran parte se debe a la transformación de la comunicación política, de la

estrategia y táctica de convencimiento que puso en marcha Samuel García. El meme se convertiría en una opción real para la gubernatura de Nuevo León.

Aquí tenemos una fórmula perfecta, el uso de la poderosa *influencer* sampetrina Mariana Rodríguez en la campaña. El triunfo tiene marca registrada y es gracias al fenómeno social que se consolidó y que provocó que Movimiento Ciudadano se hiciera de la gubernatura del estado más importante del noreste de México.

De igual forma no podemos dejar de lado, que parte de la fortuna de García se debió a la caída de Clara Luz Flores, candidata de Morena, quien encabezó en todo momento las encuestas y que tan solo un mes después de arrancar la campaña pasaría al tercer lugar, puesto del que nunca pudo reponerse. De esta manera se intensificaría este discurso de sacar a la “vieja política de Nuevo León” y la llegada de algo “nuevo”,



Imagen tomada de las redes sociales oficiales de Samuel García.

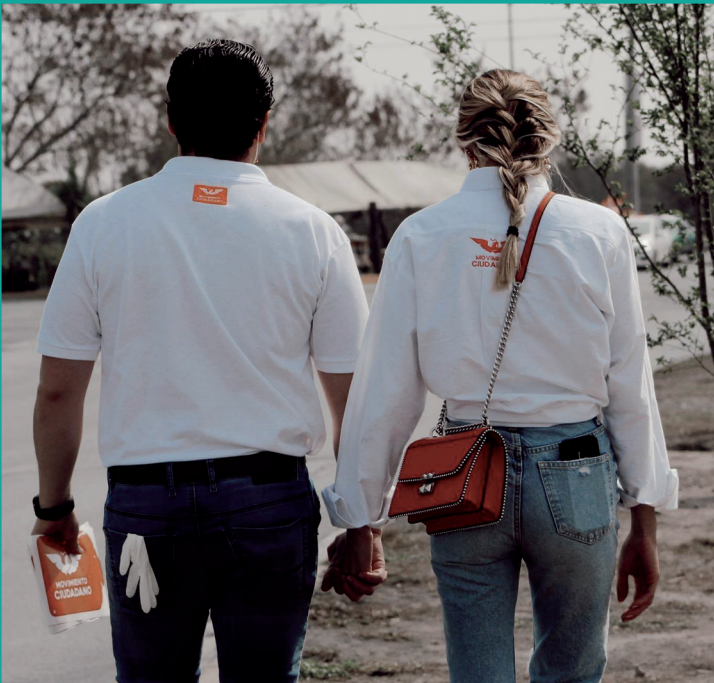
haciendo ver a la ciudadanía que votar por Flores o Adrián De la Garza (PRI) era lo mismo. Y qué mejor que explicarlo con un *jingle* que movió fibras emocionales al utilizar la “avanzada regia”, un movimiento de rock que surgió en Monterrey, en la década de los 90. “El camino es complicado, tomos hemos tropezado, pero ante la adversidad hay que volver a empezar. Hay que dejar el pasado, que lo nuevo ha comenzado y en cualquier dificultad, nos podemos ayudar. Es el comienzo, todo estará mejor. Ponte nuevo, ponte león, ponte nuevo, Nuevo León”.

Esta fórmula de casi tres millones de seguidores en redes sociales aseguraría convertir los *likes* en votos, donde además de posicionar a Rodríguez como la imagen central de la campaña

de García, se mantuvo constante la promoción del consumo local, lo que incrementó seguidores, emprendedores y simpatizantes buscaran a Mariana para que sus marcas fueran más vistas. Todos querían la foto.

Esta fórmula de casi tres millones de seguidores en redes sociales aseguraría convertir los *likes* en votos

Así funciona el marketing en su expresión más banal. La marca consiguió su lugar en la campaña, superó incluso al candidato y al partido, puesto que solo es cuestión de voltear a ver el cambio



del pantone de Movimiento Ciudadano para adoptar un naranja fosforescente en alusión a la frase de Mariana Rodríguez, *fosfo fosfo*.

“Mi esposa, mi complemento (...) anda al pie del cañón. Ella anda aquí en la calle. Parte importantísima de la campaña es Mariana, obviamente”, así lo expresó García Sepúlveda en una entrevista que realizó con el medio de comunicación *Latinus*, dejando claro que el ascenso que tuvo no podría entenderse sin Rodríguez.

No hay publicidad negativa, los errores del pasado de García se convirtieron en aciertos del presente, esto combinado con Mariana Rodríguez generó un fenómeno sin precedentes, transformando por completo la forma de hacer política, dejando claro que cada vez será mayor la penetración de las redes sociales en la toma de decisiones. Evolucionando así, el *politictainment* como eje rector de una campaña ganadora.



José L. Mendoza De Anda (México) es licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Maestrante en Administración Pública. Consultor político en Nuevo León. *La comunicación fosfo fosfo de Samuel García, gobernador electo de Nuevo León*, es una síntesis de un trabajo presentado en el máster en Administración Pública de la Universidad IEU (Puebla, México).

@PepeMendozaMx