



Signos vitales

Alberto Aguirre

✉ alberto.aguirre@eleconomista.mx

¿Diplomas para juzgadores?

Fuera del horario laboral y sin usar recursos de erario, un mando medio adscrito al área de comunicación social del Consejo de la Judicatura Federal ha tenido “reuniones de acercamiento” con aspirantes a jueces, magistrados y ministros que buscan participar en las elecciones del próximo 1 de junio.

Después de la revisión curricular, aquellos que resulten elegibles a los más de 850 cargos que deberán definirse en las urnas podrán hacer campaña. La idea de capacitar a miles de candidatos en mercadotecnia política y promoción de la imagen personal resulta pertinente para aquellos que se dedican de tiempo completo a estas materias tan ensortijadas. Y **Alejandro Michelle Galván Castro** tiene el tiempo suficiente para cumplir con su horario y asignación, como titular de la dirección de administración en la vocería del CFJ, además de ofrecer sus servicios y entrenar a los prospectos de juzgadores federales.

Más de 14 años de experiencia avalarían al funcionario-consultor-mercadólogo-publicista que sin mayor disimulo aceptó cobrar 70,000 pesos por las “reuniones de acercamiento” aunque —insistió— personales y no institucionales.

De acuerdo con la información disponible en el sitio web del Poder Judicial Federal, Galván Cano estudió mercadotecnia en la Universidad Internacional (sic) y tomó dos cursos en la Escuela Federal de Formación Judicial.

Hay otros datos en un promocional —que todavía está disponible en YouTube— sobre su formación académica (mercadotecnia estratégica en la UIC y sendos posgrados, en creatividad y publicidad, en el CECC, e imagen política) y extracurricular, en finanzas, administración pública, transparencia y rendición de protección de datos personales.

Grabado hace dos años, refería a su trayectoria en el servicio público, en el Tribunal Electoral del Poder Judicial y la Cámara de Diputados, donde fungió como director administrativo mientras su actual jefe, **Ricardo Barraza**, ocupó la Dirección de Comunicación Social. En el Poder Judicial de la Federación ha sido coordinador técnico y director de área, ambos en la Dirección General de Comunicación Social.

“Me considero una persona creativa, proactiva y con muchas habilidades”, presume antes de ofrecer a sus posibles clientes una reunión B2B y su teléfono celular.

Dentro de cinco días vence el plazo para la primera depuración de las listas de aspirantes a los cargos judiciales, que ejecutarán los tres comités de evaluación. Las campañas —si no hay cambios de última hora— empezarán el próximo 12 de febrero. Una semana después dará inicio un curso especializado, preparado por Veritas Vox, una organización ciudadana que ha preparado un programa de capacitación de cuatro semanas para el desarrollo de “candidatos confiables y profesionales”. Además de un cronograma electoral y una revisión exhaustiva de la estructura del PJF, este programa incluye manejo de medios, desarrollo de habilidades de comunicación, estrategias de alianzas y uso de redes sociales.

¿Su costo? Una séptima parte de lo que el consultor-funcionario percibe por sus “reuniones de acercamiento”.

Efectos secundarios

¿ULTIMÁTUM? Han pasado cuatro meses de las primeras denuncias por un presunto fraude cibernético que habría afectado a usuarios de los productos y servicios financieros de AlquimiaPay, quienes recurrieron a inusitadas medidas, incluidas manifestaciones a las afueras de la Condusef, para reclamar más de 800 millones de pesos. La actualización de los sistemas informáticos disfrazó el desvío de los recursos, presuntamente empleados para la compra de inmuebles e inversiones en otros intermediarios del sistema, como Bankaool, ASP Integra Opciones, Pagofon, Financiera Mas, Sofom Rami y Leap Financial. Para salir del apuro se han ofrecido convenios de pago a un pequeño grupo de clientes afectados, quienes no cejan en sus reclamos contra los Mata Fintechs.