

JORGE CASTAÑEDA

Tres reflexiones sobre el ambiente político

Para concluir este ciclo, tres reflexiones sobre la campaña al cierre del año. Primera: la popularidad de López Obrador. Segunda: el fiasco de MC, Nuevo León y el famoso perro de las dos tortas, y qué acabó lamiéndose. Tercera: Xóchitl y la comentocracia.

La encuesta de *Reforma* el domingo confirma lo que ya se sabía. Tratándose de la misma casa —no de los mismos encuestadores— la serie de levantamientos remontando a los años 90 muestra que Zedillo, Fox y Calderón arrojaban la misma aprobación que López Obrador al concluir el quinto año de gobierno. Solo Peña Nieto desentona. Ya no se puede alegar que a AMLO le tocó bailar con la más fea. A lo largo de un lustro, Zedillo padeció el 95 así como la derrota y la caída del precio del petróleo en el 97. Fox enfrentó el reto de la recesión norteamericana del 2001-2002, y los peligros de la primera alternancia democrática. Calderón vivió la pandemia de 2008 y la Gran Recesión de 2009: ninguno de estos desafíos ha sido menor que la pandemia del Covid o la contracción de 2020, de la cual el mundo se recuperó rápidamente.

Como hubiera dicho Echeverría, el autasuicidio de Movimiento Ciudadano estuvo cantado. Muchos advertimos que ni Ebrard ni García serían candidatos, en parte por información privilegiada, en efecto, en parte por simple intuición. Un exiliado y gran analista de la política mexicana, porque ha sido un participante de primera línea, me convenció hace varios meses de que García solo contendría si podía dejar a un interino a modo; de lo contrario, se rajaría. Así fue. Dante Delgado dejó pasar una oportunidad de oro a principios de junio, cuando se le sugirió que si Xóchitl iba a lanzarse a la candidatura presidencial de los partidos de oposición, él debía adelantarse y proponerla primero. Ahora le queda Jorge Álvarez Máynez, un excelente coordinador de campaña de García, pero en su caso, un candidato imberbe, aunque use barba.

Por último, se vuelve imposible no tomar nota de un vuelco de las opiniones en el seno de la comentocracia sobre Xóchitl y su campaña. Junto con la proliferación de encuestas creíbles y patito que anuncian una contienda resuelta, se ha vuelto deporte nacional en las columnas, la tele y la radio, repetir *ad nauseam* que su campaña no levanta.

Por razones que no comprendo, la candidata de oposición conversa poco con comentócratas. No digo que no se encuentre con nadie; solo que con muchos no tiene contacto. Se pierden así dos oportunidades: la primera, prescindible sin duda, de escuchar opiniones

fuera de su burbuja que podrían ser útiles. La segunda es indispensable. Las “chattering classes” incluyen a una gran cantidad de prima donnas, que suelen (solemos) guardar una opinión muy elevada de sí (nosotros) mismos. Ignorarlos tiende a equivaler, con el tiempo, a enemistarlos. Convocarlos, aunque sea para desoírlos, cuesta poco y rinde mucho.

En un sector las columnas y opiniones de supuestos letrados sí influyen: los donantes. Si son donantes significativos, son ricos. Y si son ricos, no se dedican a estudiar las encuestas (aunque también importan) o a discutir eternamente sobre la política nacional. Se dedican a ganar dinero. Para ellos, sus columnistas predilectos en ocasiones resultan determinantes en su decisión de apoquinar o no. Si de manera homogénea concluyen que la campaña no despega y que el arroz ya se coció, pueden hundir una candidatura. Perder a la comentocracia implica perder a muchos donantes. Y no hay campaña sin dinero. Los recaudadores de fondos de Xóchitl harían bien en explicarle a la candidata que una cena cada quincena con un puñado de comentócratas vale la pena, por ociosa que parezca. Y en una de esas, hasta sirve de algo. ●

Excanciller de México

