

**ESTRICTAMENTE
PERSONAL**

La ventana de Xóchitl

Raymundo Riva Palacio

Opine usted:
rivapalacio@ejecentral.com
@rivapa



Si Xóchitl Gálvez no quiere convertirse, en función de las expectativas que generó, en el peor fiasco electoral del siglo, tiene tareas urgentes que realizar. La primera es recuperarse a sí misma, en lo que fue y por lo que despertó la esperanza de acabar con Morena y la continuidad que pretende el presidente Andrés Manuel López Obrador. La segunda es crecer, que será lo más difícil, porque significará resolver los problemas que están hundiendo su campaña y tomar decisiones, algunas de las cuales le dolerán, para reorganizarla. Y finalmente, en la suma de las dos anteriores, diseñar el discurso y golpear en el centro del lopezobradorismo sin tocar al Presidente.

La prioridad tiene que ver con su equipo de campaña. Le urge deshacerse de su coordinador, Santiago Creel, que ha sido consistentemente incapaz de manejar una campaña, y nombrar en su lugar a una persona experimentada

en materia electoral. El operador electoral que tiene, Armando Tejeda, diputado suplente de Creel e impuesto por Marko Cortés, líder del PAN, ha demostrado que la responsabilidad le quedó enorme. Un nuevo coordinador tiene que establecer orden en la campaña, que nunca parece haber tenido, y tener una hoja de ruta electoral sin estar haciendo disparos de escopeta.

Por ejemplo, ¿por qué arrancar su precampaña en Coyuca de Benítez y no en la Ciudad de México? La capital federal es su fuerte, la conoce y, sobre todo, votó contra López Obrador en las elecciones nacionales de 2021, propinando una dolorosa derrota a su adversaria por la Presidencia, Claudia Sheinbaum. Pero en lugar de fortalecer este enclave antigobiernista y consolidar el voto contra Morena, se fue a Coyuca, donde pese a la desastrosa gestión de López Obrador

en el huracán *Otis*, difícilmente representará un símbolo moral que le arrastre votos en el resto del país.

Es indispensable también que resuelva las pugnas en su cuarto de guerra, donde, como explicó un veterano observador, hay personas “de todos colores y sabores” que inciden en ella, como los excandidatos presidenciales Ricardo Anaya y Josefina Vázquez Mota, o políticos como Ernesto Ruffo y Gustavo Madero. Sus voces producen ruido en el equipo de vanidades muy robustas, pero donde se decide su estilo, cómo se viste, cómo habla y cómo salir en redes.

En ese grupo, agregó otra observadora experimentada, están



su “gurú”, Vico Piko Covarrubias, el talentoso publicista creador de la “X” de Xóchitl; Carlos Mandujano, un reputado consultor político que llegó por la puerta del PRD; Aldo Campuzano, de México Elige, su estrategia digital; Arne Aus Den Ruthen, un polémico panista que ha caminado con Gálvez desde hace años; sus hijos, y los recientemente reclutados Juan Pardinás y Lorena Becerra, hasta hace muy poco director y jefa de encuestas de *Reforma*. Entre las deficiencias notables de esta arquitectura es que no está su vocería ni algún operador de medios.

El rearmado de su equipo de campaña pasa por que nadie aspire a un puesto de elección popular en paralelo, como sucedió con Roberto Gil, que fue coordinador de campaña de Vázquez Mota al tiempo de asegurar su senaduría. El equipo de Vicente Fox –Marta Sahagún, Jorge Castañeda, Pedro Cerisola, Carlos Flores o Francisco Flores– no buscó ninguna elección popular. Tampoco el de Felipe Calderón –Juan Camilo Mourriño, Ernesto Cordero, Juan Molinar, Javier Lozano, Max Cortázar o Alejandra Sota–, ni el de Enrique Peña Nieto –Luis Videgaray, Miguel Ángel Osorio Chong o Aurelio Nuño–. Gálvez debería tomar en cuenta esa experiencia en su apremiante ajuste en el equipo de campaña, para que el compromiso sea ganar la elección, no asegurar un hueso político.

Solucionar el desastre de su equipo actual tiene que llevar

a reorientar el mensaje. Hasta ahora, ha sido tímido y hablando como candidata convencional, con temas de políticas públicas –aún no puede hacer propuestas por restricción legal–, agotando el tiempo que le queda para cambiar el rumbo de su historia. No es hablando de López Obrador como lo va a lograr, porque no tiene sentido que con los altos niveles de aprobación sea una estrategia inteligente. El Presidente sigue siendo muy bien visto, pero, al mismo tiempo, su gestión está muy mal calificada. Ahí está la gran ventana de oportunidad de Gálvez: demoler el continuismo que enarbola Sheinbaum, sin mencionar a López Obrador.

La popularidad de López Obrador no se hereda ni se presta. Pero Gálvez no compite con él, sino con Sheinbaum, que está en las antípodas de la personalidad de su mentor. El tipo de discurso que puede desarrollar es de contraste y contrafactual, a partir de una pregunta base: ¿estamos mejor en 2023 que en 2018?

Los datos muestran que México está peor de cómo estaba cuando Peña Nieto le entregó la Presidencia a López Obrador: el PIB per cápita del mundo es 5% más grande que en 2018; el de México, 2-3% más chico. En 2018 había 20 millones de personas sin acceso a servicios de salud; hoy hay 53 millones. El manejo del covid-19 fue criminal y perdimos cuatro años de esperanza de vida. Esa política triplicó el número de muertes, y aunque México se

mantuvo abierto, su crecimiento no subió: fue el peor pospandémico del continente. ¿Y la seguridad? Este sexenio será el más rojo en la historia moderna del país, donde 10% de los municipios son más violentos que Ucrania.

Gálvez tiene la forma para darle la vuelta a su campaña. La última encuesta de aprobación presidencial de EL FINANCIERO le da claves. Aunque se mantiene estable la popularidad de López Obrador, está reprobado en economía, seguridad y corrupción. La gente no vincula el fiasco de su gobierno con López Obrador, por lo que Gálvez puede mostrar la pesadilla que significaría la continuidad sin tocar al intocable, y transferirle los negativos de su gestión a Sheinbaum.

Darle un giro a su campaña requiere determinación y firmeza, hacia dentro de su equipo, y voluntad, compromiso, arrojo, temeridad y valentía hacia fuera. Claro, si Xóchitl Gálvez, si lo más profundo, quiere realmente ser presidenta.

Solucionar el desastre de su equipo actual tiene que llevar a reorientar el mensaje

... demoler el continuismo que enarbola Claudia Sheinbaum, sin mencionar a Andrés Manuel López Obrador

