

DESDE SAN LÁZARO

**Alejo
Sánchez Cano**

Opine usted:
opinion@elfinanciero.com.mx

Candidatas y candidatos chiquitos y sin empaque

El reto mayor del bloque opositor en la CDMX es precisamente sacar del marasmo en que viven los jóvenes y los abstencionistas para que acudan a las urnas a votar y con ello, lograr la alternancia en la capital del país.

Tanto Santiago Taboada, como Clara Brugada continúan con esa oferta política que hicieron sus antecesores con los resultados ya conocidos. Es decir, si no hay un nuevo discurso, disruptivo, atractivo y sobre todo creativo, que no solo incorpore nuevas propuestas y ofertas de campaña, pues el resultado es previsible desde ahora.

Mientras que en el oficialismo construyen una candidatura en torno a los supuestos resultados obtenidos por su precandidata en Iztapalapa, los opositores hacen lo mismo con Santiago Taboada y párele de contar.

Cada quien se dirige a su clientela, que ya está cautiva y que van a votar por ellos, así llueva o relampaguee, esos votantes no van a cambiar el sentido de su voto; en cambio, a los indecisos o a los apáticos, nadie los pela, es más, ni siquiera existen en el discurso de los políticos.

Por lo que se ha apreciado en estos primeros días de precampaña, es que ambos aspirantes a la jefatura de Gobierno son insulsos, planos y faltos de carisma y personalidad y, salvo que ocurra un milagro de último momento que los transforme, ni Brugada, ni Taboada se moverán un centímetro de los índices de

popularidad que tienen ahora.

Más allá de lo que dicen las encuestas serias, esas que no están en la nómina de los oficialistas, es que la ventaja de Clara sobre Santiago está alrededor de 11% y ello, de suyo, representa una alerta roja para el principal huésped de Palacio Nacional.

La receta para ganar una elección, Morena y rémoras, la llevan a pie juntillas: Pagar encuestas para que, sin menoscabo de su credibilidad, no bajen del primer lugar al candidato en turno.

Conformar las granjas de bots para que en redes sociales se apuntale esta falsa percepción, al tiempo de mantener la guerra sucia contra sus adversarios.

Mantener aceitada la maquinaria en medios de comunicación afines, para que tanto ellos como sus plumas más destacadas, refuercen la idea de que es

incontrovertible la victoria del oficialismo.

Todo esto soportado por una gigantesca labor de campo que usa como principal bandera los programas sociales con tintes electoreros, al tiempo de sembrar los miedos entre los beneficiarios por la terminación de esos apoyos si es que gana la oposición.

Claro, todo esto se sostiene con el discurso del jefe de campaña de Morena que despacha en Palacio Nacional, y en segunda instancia, los propios candidatos a los diversos cargos de representación popular.

En contraparte, qué está haciendo la oposición, aparte

de anunciar que en la CDMX van en coalición para competir juntos en las 16 alcaldías, pues los nueve alcaldes emanados del PAN, PRI y PRD buscan la reelección y, merced a ese propósito, acrecientan su activismo para volver a granjearse la voluntad de la mayoría de sus gobernados; sin embargo, esto no es suficiente para mantenerse en el puesto y menos aportar votos a la causa de Santiago Taboada.

El ofrecimiento de conformar un gobierno de coalición si ganan la elección para la jefatura de Gobierno de la CDMX y las 16 alcaldías, es una zanahoria muy apetitosa pero a la vez muy manoseada, ya que con esa misma promesa ganaron los opositores en 9 alcaldías, pero a la hora que se sentaron a gobernar no fueron incluyentes con sus aliados, de hecho, muchos de ellos fueron desplazados al ostracismo.

Los alcaldes opositores necesitarán más que promesas y ciertos resultados positivos para reelegirse y se considera que, salvo algunas honrosas excepciones, pues de esa novena de opositores, tan solo unos cuatro serán reelectos.

Xóchitl Gálvez está cons-



ciente de que para ganar hay que romper paradigmas, al tiempo de despertar a esos sectores de la ciudadanía que ven con recelo al PAN, PRI y PRD; en ese sentido, Santiago Taboada debe reinventarse en cuanto a su manera de comunicarse con los jóvenes y en general con el electorado, porque una cosa es que las clases medias los apoyen y otra muy diferente es que, con los argumentos que han mostrado hasta ahorita, puedan ganar sus respectivas elecciones.

