



Xóchitl supera 89% a Claudia en cobertura de los medios

META 2024

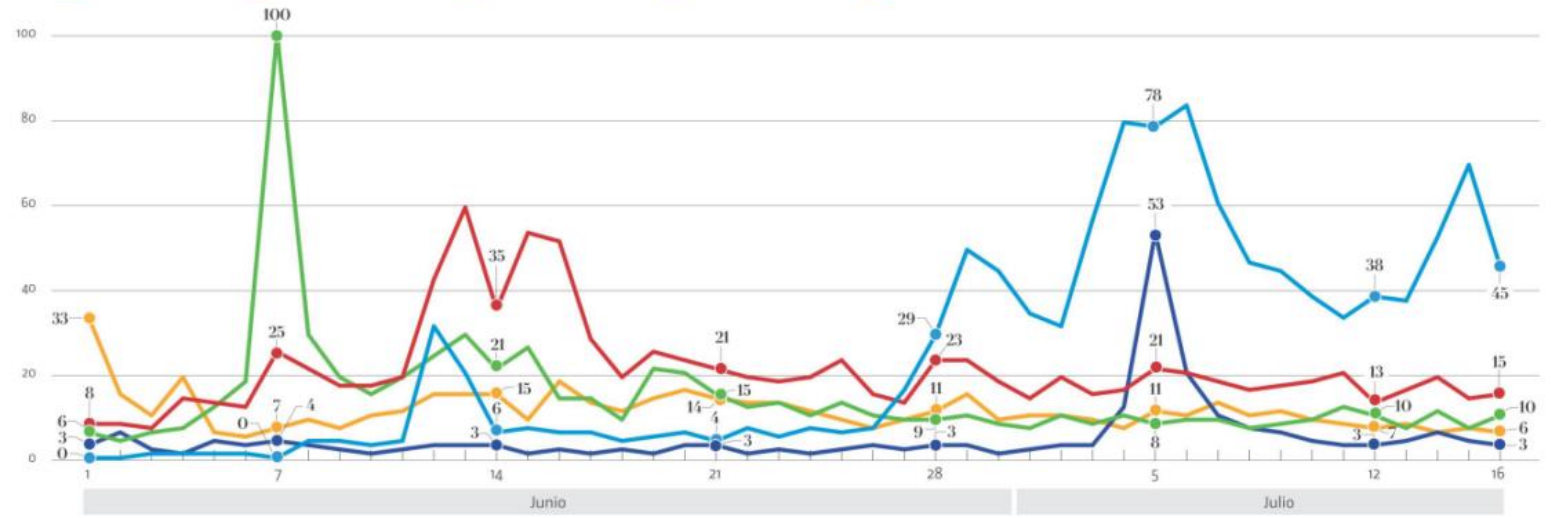
SALVADOR FRAUSTO, CDMX

En su análisis semanal de unas 35 mil notas en los medios de comunicación, Oráculus concluye que Xóchitl Gálvez supera en 50 por ciento la cobertura a Marcelo Ebrard y 89 por ciento a Claudia Sheinbaum. PAG.13

Interés

La senadora panista es el personaje político más buscado en Google Trends

● Búsquedas



FUENTE: Google Trends • INFORMACIÓN: Salvador Frausto • GRÁFICO: Alfredo San Juan



Luego de 40 días de encabezar las búsquedas en Google, la aspirante panista también tiene 50% más menciones que Ebrard y enfrenta al 61% que se considera obradorista

Precandidatos

Xóchitl supera 89% a Claudia en cobertura de medios

Reportaje

SALVADOR FRAUSTO
CIUDAD DE MÉXICO

Xóchitl con su huipil rosa tocando a las puertas de Palacio Nacional. Gálvez con su bolsa jacquard con símbolos dalinianos sonriendo para las cámaras. Y bajo el brazo izquierdo ese famoso amparo que le consiguió un despacho de Claudio X. González. Era su gran día, el primero en las grandes ligas del espectáculo político nacional. Y nadie le abrió.

Ese lunes 12 de junio la ciudadanía se volcó a Google para merodear referencias sobre la hidalguense de origen otomí que estaba siendo desdeñada por el presidente Andrés Manuel López Obrador. Aquel día estuvo a casi nada de rozar el impulso de búsqueda que genera la doctora Claudia Sheinbaum.

A pesar ello, las consultas en Google aún eran dominadas por

tres de los aspirantes presidenciales de Morena. Sheinbaum recuperaba el vuelo, seguida de cerca por Marcelo Ebrard y con Adán Augusto López pisándose los talones. Gálvez iba cuarta, con niveles similares a los del perseverante senador Ricardo Monreal.

Hasta que llegó la madrugada del 27 de junio. Fue entonces que la hidalguense, otra vez con su huipil rosa, se plantó en la plancha del Zócalo para grabar un video en el que anunció que iría por la Presidencia de la República.

Ahí estalló realmente el llamado “fenómeno Xóchitl”. Y detonó no solo porque por primera vez un aspirante a presidencial de oposición le arrebató la vanguardia de la conversación mediática y sociodigital a las *corcholatas*, sino porque a partir de entonces ha seguido en primer lugar en las búsquedas de Google: por cada clic que se da para explorar algo de Claudia, Xóchitl obtiene tres.

Hoy se cumplen 40 días conviviendo con el torbellino hidalguense. El “globo Xóchitl”—así la califican— volando frente a amenazan-

tes alfileres que prometen hacer de las suyas. Los más peligrosos afianzan su introspección en sus mil 400 millones de pesos que han facturado sus empresas con la iniciativa privada, el gobierno federal y algunas administraciones locales, según datos echados a andar por el propio AMLO.

Los datos: la cobertura

La Central de Inteligencia Política (CIP) de Oráculos ha desarrollado un método que analiza semanalmente más de 35 mil notas periodísticas para medir el valor comercial de las menciones que obtienen los aspirantes presidenciales en los medios.

El Análisis de Reputación Mediática de Actores muestra que entre el 12 de junio—cuando Xóchitl quiso entrar a la mañanera—y mediados de julio, la senadora del PAN habría pagado 846 millones de pesos por el alud de referencias que hay de ella en los *mass media*. Le sigue Ebrard, con un valor de cobertura mediática por 563 millones de pesos y Sheinbaum con 448 millones de pesos.

Entre 12 y 15 por ciento de la gente que no votó por AMLO ahora aprueba su gestión presidencial

Las cantidades reflejan que Gálvez tuvo 50.27 por ciento mayor cobertura que Ebrard y 88.84 por ciento más menciones en medios que Sheinbaum. Le siguen de lejos Santiago Creel, Adán Augusto López, Enrique de la Madrid, Ricardo Monreal y Beatriz Paredes, entre otros.

Además de cofundador de Oráculos, Juan Ricardo Pérez Escamilla, es economista por el ITAM, abogado por la UAM y el primer doctor mexicano en Políticas Públicas por la Universidad de Harvard. “Hemos podido comprobar que, a más cobertura mediática, mejor posicionamien-



to en las encuestas. Santo que no es visto, no es adorado”, plantea.

“Xóchitl llega de la nada y le rompe al Presidente el cerco donde tenía a sus *corcholatas*, los destinados a ser los herederos de su poder”, comenta antes de subrayar que “Claudia sigue siendo la rival a vencer para la oposición y para las demás *corcholatas*”.

Los otros datos: los alfileres

Acudimos a un viejo alquimista de la izquierda que tiene otros datos extraídos de un abanico de estudios de opinión, unos públicos y otros realizados por el partido en el poder:

- 26 por ciento de los mexicanos quiere que las cosas sigan así.
- 42 por ciento desea continuidad con cambio.
- Sólo el 28 por ciento prefiere cambiar el rumbo.

Pero los alfiles más difíciles de esquivar para Xóchitl están en el aumento de los cariños hacia el Presidente:

- Hoy, 61 por ciento se considera obradorista frente al 55 por ciento que manifestaba esa predilección en 2021.
- Ahora el 21 por ciento jura ser antiobradorista, cuando en 2021 esa cifra era de 26 por ciento.

Y una cifra que tomará desprevenido a más de uno: entre 12 y 15 por ciento de la gente que no votó por AMLO ahora avala su gestión.

En números gruesos, concluye, la fotografía del momento es que “la *corcholata* elegida arrancará con 40/45 por ciento de las preferencias, frente al 30 por ciento de la línea de flotación de la abandonada de PAN, PRI y PRD, 5/10 por ciento de Movimiento Ciudadano y 15/20 por ciento de indecisos que son siempre el plato más suculento en una campaña”. —