



Máynez y el “voto macho” de MC

La pretensión de **Dante Delgado** de lanzar una campaña presidencial disruptiva de Movimiento Ciudadano se cebó, como en los juegos artificiales, por la mecha de los petardos caseros. La idea tan en boga en el mundo de ofertas de rupturas bruscas para avanzar en las urnas desembocó en algo más parecido a un sketch de entretenimiento. Pero lo que sí puede romper es la imagen de moderación y agenda de causas que ha tratado de construir para abrirse paso como tercero en discordia de una elección polarizada.

Desde que el líder sempiterno comenzó a acariciar una campaña “rompedora”, la ancló en la idea de lo “nuevo” frente a la vieja política de los partidos tradicionales. Decía querer diferenciarse, pero las definiciones concretas de eso bailaban entre un perfil socialdemócrata y de una vaga defensa de la legalidad, sobre todo electoral, mientras no tuvo candidato. Al fin llegaría **Samuel García**, pero su aspiración presidencial frustrada echó por tierra el rostro con qué encarnar esa marca de la “novedad” en atributos genéricos como la edad, sexo y generación del candidato de las redes y el *reality show*.

Como en viejos tiempos, sus estrategias de mercadotecnia los convencieron de que su oportunidad de posicionarse como segunda fuerza pasaría por diferenciarse con un candidato hombre frente a dos mujeres de otra generación y, además, cansadas. El gobernador de Nuevo León pasó la estafeta a **Jorge Álvarez Máynez**, que también podía encajar en ese perfil y enviar el mensaje de que los del PRI/AN, que descarrilaron su candidatura, se “metieron con la generación equivocada”, pues no lograron tumbar a la dupla o tripleta, sumando a la *influencer* **Mariana Rodríguez** en la proa de la campaña. Se habrán invertido los papales. ¿**García** será ahora su coordinador de campaña, además de gobernador?

Una demostración de ello es que **García** lo destapó y le entregó, en un video difundido en sus redes, los “tenis *fosfo*” y dos camisetas de MC como si fuera el bastón de mando para arrancar su campaña. La escena de dos jóvenes “compadres” bebiendo cerveza para anunciar al nuevo candidato, más que disruptiva, levantó ámpula en la dirigencia emecista y una crítica demoledora del gobernador **Enrique Alfaro**, de Jalisco, por usar “la idea de lo nuevo para disfrazar lo absurdo, toda mi vida luché contra las imposiciones”, sentenció.

En efecto, ni la designación ni la trayectoria de **Álvarez Máynez** tienen nada de nuevo. En las últimas dos décadas ha pasado por el PRI, el Verde, el PRD y, finalmente, MC, donde ha sido diputado local y coordinador de los diputados federales; también candidato a alcalde en Guadalupe, Zacatecas, bajo el apoyo de su paisano **Ricardo Monreal**, cuando ocupó la coordinación emecistas en el Congreso.

Detrás de la campaña pergeñada de ropa deportiva y colores fosforescentes hay cálculos electorales que dicen que el 16% del electorado nunca votaría por una mujer y que los jóvenes prefieren a MC. En efecto, alcanzar ese nicho le permitiría aspirar a segunda fuerza desde el 5% de su actual peso electoral y convertirse en bisagra en el Congreso. Pero no dejan de ser números alegres de sus encuestas internas que, además, no reparan en el abstencionismo de los jóvenes y creen que el activismo en redes sociales se traduce en movilización a las urnas. Pero los mayores riesgos de su estrategia no están sólo en la comprensión de su público objetivo y los atributos para diferenciarse, sino en que se traduzcan en una campaña de exaltación del voto “macho” que se estrelle con el muro del “tiempo de mujeres” que permea en las otras campañas en una elección entre dos opciones. Contrario a sus cálculos, ese posicionamiento podría cerrar el paso al tercer partido en discordia y reducir el alcance de su tentativa de dividir el voto a su favor y abrir la elección a tres bandas, algo que se antoja aún más difícil de pensar.

La apuesta por el “voto macho” desdibuja el perfil de partido de centro-izquierda moderado con una agenda política de causas progresistas como el feminismo. Dicho sea de paso, caras internas que se identifican con ellas, como **Martha Tagle** o **Patricia Mercado**, parecen lejanas o relegadas en la campaña; y de otras personalidades, como la senadora **Indira Kempis**, que impugnó a **Álvarez Máynez** por negársele el derecho a registrarse por la candidatura, a pesar de presentarse como partido de la legalidad.