



OPINIÓN



POR JORGE G. CASTAÑEDA
EXCANCLLER DE MÉXICO,
ARTICULISTA Y AUTOR DE
VARIOS LIBROS
@JORGEGCASTANEDA

ANAYA, XÓCHITL Y LA INTERCAMPAÑA

Hoy empieza la llamada inter-campaña, es decir, la veda para cualquier presentación de propuesta, solicitud de voto, o publicidad de candidaturas. Y, sobre

a la tele y al radio vía spots, ya era muy tarde. Se creó una distancia de casi veinte puntos, que se ensancharía hasta el día de las elecciones. El golpe de la nave industrial funcionó a la perfección.

Si la gente de López Obrador participó en el diseño de la campaña contra Anaya, o sólo disfrutaron su aplicación desde la barrera, el hecho es que la conocen muy bien.

Por eso, es obvio que, a partir de mañana, que

el Frente opositor ya no podrá responder a ataques en spots, y que los medios se cerrarán aún más que hasta ahora, lo lógico es que se aparezcan de pronto acusaciones –nuevas o las mismas de antes– contra Xóchitl Gálvez.

Se centrarán en los mismos temas que ya probaron su eficacia en junio y julio del año pasado.

Se recordará que en ese momento

López Obrador lanzó

una serie de ataques contra la entonces flamante candidata en materia de corrupción, tráfico de influencias, historias inventadas, etc.

Los elevados negativos de Xóchitl de hoy provienen de entonces, tanto por la virulencia y la asimetría de los ataques –desde la Presidencia– como por la inevitable vulnerabilidad y débil capacidad de respuesta de una candidata que había resuelto contender apenas semanas antes.

Yo quiero suponer que, ante la inminente embestida desde Palacio sobre estos temas, la campaña del Frente se encuentra, ahora sí, perfectamente preparada.

Habrán realizado el due diligence de pasar la vida entera de Xóchitl y de su familia a la báscula, de contar con voceros creíbles, con documentos irrefutables y correas de transmisión eficaces para contrarrestar la avalancha de chismes, rumores, revelaciones, insinuaciones y mentiras que vienen.

Y sabrán darle la vuelta, dentro o en los límites de la ley, a las absurdas reglas de la inter-campaña, que obviamente no se van a aplicar ni a López Obrador ni al resto del Estado, ni a los medios que controla.

todo, nada de spots en televisión o radio.

Se trata de una más de las aberraciones aprobadas por nuestros legisladores entre 2007 y 2014 para complacer a López Obrador, y procurar, sin éxito, que volviera al redil aceptando reglas del juego hechas a su medida, aunque los resultados electorales no lo favorecieran.

Si uno cree, como yo, que el pacto entre Enrique Peña Nieto y López Obrador para la elección del 2018 se forjó muy temprano, probablemente desde septiembre

u octubre de 2017, no se dificulta el siguiente salto conceptual.

Como se recordará, hasta finales de enero de 2018, la diferencia entre López Obrador y Ricardo Anaya en las encuestas apenas alcanzaba dos dígitos; en algunas se mantenía en ocho puntos.

La brecha se abre en febrero, cuando comienza la operación de Estado y de medios contra Anaya, con la complicidad de la PGR de entonces, y del aparato estatal en su conjunto.

Las acusaciones de corrupción, de lavado de dinero, de enjuagues con su familia política, se producen todas en febrero.

Resulta difícil no sospechar que la operación “nave industrial de Querétaro” no fue construida e implementada en contubernio por el equipo de Peña y el de AMLO.

¿Por qué en febrero? Por una sencilla razón, según Anaya: no podía responder más que en redes, ya que los medios le estaban cerrados, y no disponía de spots en la tele y el radio para defenderse.

De nuevo, por una sencilla razón: la inter-campaña. Para marzo, cuando Anaya volvió

Los elevados negativos de Xóchitl de hoy provienen de entonces, tanto por la virulencia y la asimetría de los ataques –desde la Presidencia– como por la inevitable vulnerabilidad y débil capacidad de respuesta de una candidata que había resuelto contender apenas semanas antes



PERIÓDICO

PÁGINA

FECHA

SECCIÓN

INDEPENDIENTE

3

19/01/2024

OPINIÓN

