



Cuatro meses que estremecerán a México

USO DE RAZÓN

Pablo HiriartOpine usted:
phiriart@elfinanciero.com.mx
phiriartlebert@gmail.com

@PabloHiriart



La encuesta publicada ayer en EL FINANCIERO nos muestra una realidad poderosa: la elección no está decidida.

De diciembre a enero la distancia entre Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez se redujo de 22 a 16 puntos.

La doctora va a la baja y Xóchitl dio un estirón.

Todo lo que haga y diga el Presidente debe entenderse a la luz de la fotografía que presentó ayer el prestigiado encuestador de nuestro periódico, Alejandro Moreno: AMLO y su candidata pueden perder las elecciones.

¿Qué pasó en el país como para que la ventaja de Sheinbaum sobre Gálvez cayera seis puntos en

solamente un mes?

Empezaron las campañas.

Ahí está el punto. La candidata del frente opositor tiene acceso a la televisión abierta para mostrar el lado oscuro del gobierno actual, que es muy grande, y ofrecer el cambio.

Aquello que por años se ha disfrazado con propaganda, Xóchitl lo puede enseñar en cadena nacional.

La candidata de Morena ofrece continuidad en un país que va de maravilla sólo en el discurso oficial.

Es un desastre nacional la seguridad pública, está mal el sistema de salud, la educación en manos de los sindicatos condena a los niños a la pobreza, no hay obra pública de utilidad social y estamos perdiendo la democracia.

Tales problemas hay que enseñárselos a los votantes. Explicarlos como lo que son: el fruto de un gobierno que no da resultados.

Las campañas permiten mostrar en televisión, a todo el país, la realidad que el gobierno oculta.

Son útiles las redes sociales, con la limitante de que no llegan a toda la población y su credibilidad es frágil.

Los periódicos llegan a los que crean opinión, pero la mayoría de ellos está para servir al Presidente y a su candidata.

La radio y la televisión son otra cosa.

La joya de la comunicación en México sigue siendo la televisión abierta, que ha sido acosada por la oficina de Comunicación Social de la Presidencia de una manera que no habíamos visto en este siglo.

El propio Presidente les recuerda que son una concesión y por tanto se las puede quitar si se pasan de la raya. Son amenazas cotidianas.

AMLO le tiene pavor a la tele, pues conoce su poder. Y las aprieta de manera pública en sus conferencias mañaneras.

Así es que Xóchitl sólo tiene los spots que por ley le corresponden, para exhibir al gobierno.

Y con eso ha logrado acortar seis puntos de distancia de la candidata oficial.

Tiene marzo, abril y mayo para hablar a todo el país acerca del manejo criminal de la pandemia.

De lo catastrófica que ha sido la estrategia de abrazos a los grupos criminales.

Explicar cuál será, en su gobierno, el papel del Ejército y la Marina.

Señalar el despilfarro de dinero en caprichos, en detrimento de las necesidades básicas del país: agua, medicinas, carreteras...

Mostrar al país el contraste inaceptable de niños que, sin gobierno que los defienda, toman las armas para proteger a sus comunidades, mientras el Presidente se va a jugar beisbol en medio de la vorágine de inseguridad.

Xóchitl tiene cuatro meses para ganar, puede hacerlo.

Y Sheinbaum cuatro meses para resistir, lo que también puede hacer.

La elección, nos dice la encuesta de Alejandro Moreno, no está decidida.

Corresponde a los partidos de la alianza opositora hacer el trabajo de tierra, casa por casa, ranchería por ranchería.

Una elección, por nuevos que sean los tiempos, no se gana sólo desde el aire, con spots. El trabajo de tierra es insustituible, y esa es tarea de los partidos.

Claudia Sheinbaum tiene una gran ventaja en ese terreno porque cuenta con un partido disciplinado, Morena, un jefe de campaña avezado y poderoso, AMLO, y la estructura del gobierno a través de los promotores del voto de la Secretaría del Bienestar.

Vienen cuatro meses decisivos para la nación.

Las campañas permiten mostrar en televisión, a todo el país, la realidad que el gobierno oculta