

16-A | **General** | Editorial**Transiciones****VÍCTOR ALEJANDRO ESPINOZA\*****La presión**

**H**an arrancado las campañas electorales; a partir del día 30 de marzo y por un total de 90 días viviremos un aluvión de cifras, spots, propuestas, ocurrencias, dichos y muy pocas propuestas sustantivas. Su majestad el marketing parece una camisa de fuerza para candidatos y partidos. Todos pendientes de las encuestas y de lo que los medios de comunicación, sobre todo electrónicos, digan o dejen de mencionar sobre la jornada y sus actividades.

En gran medida nos enteramos sobre los candidatos de manera mediada; lo que ellos decidan transmitir. La mayoría de las ocasiones se trata de información muy concentrada en las imágenes, en la toma para estimular a las clientelas favoreciendo el mejor ángulo o por el contrario, buscando que en el espectador se genere distancia o imagen negativa. Según fluyan los recursos serán las tomas favorables. Echo de menos el trabajo que realizaron en su momento dos medios de comunicación impresos: Los periódicos Uno más uno y La Jornada. Durante las campañas electorales de 1982, 1988 y 1994 la crónica fue un género que nos permitió vivir desde dentro las campañas. Un trabajo profesional que describía actividades, atmósferas y circunstancias. Hoy ese género periodístico se encuentra prácticamente en proceso de extinción: Es el primado de la frase corta, que busca el efecto de momento vía Twitter o Facebook. Hemos perdido sustancia a cambio de la efectividad del dicho.

Y luego nos quejamos de que los candidatos dicen puras cosas banales, insustanciales: A eso los condenamos. Atwitter para tener alguna posibilidad de influir en las preferencias ciudadanas. Es un círculo perverso: Aquí ganará el que se saque de la chistera la frase lapidaria, ingeniosa o la denuncia del contrincante. Además el diseño de la difusión de los comerciales en los tiempos estatales no ayuda mucho: Esperemos que en el futuro, como sucede en España o Francia, permita juntar los 48 minutos y utilizarlos para la presentación de propuestas y su discusión, lo mismo que incrementar el número de debates para que sean más que dos, como hoy lo establece la normatividad electoral.

El candidato o candidata que cometa menos errores o deslices en sus discursos, será quien tenga mayor oportunidad de incrementar las preferencias ciudadanas. Al parecer quien va por mal camino es la candidata del PAN, Josefina Vázquez Mota. Sin precisar el origen de sus problemas: Una toma de protesta desairada, pésimos spots de inicio, actos interrumpidos, manifestaciones en su contra, frases desafortunadas (contra su alma mater, la Universidad Iberoamericana, la UNAM, etcétera). Sin embargo, el viernes 30 de marzo y el lunes 2 de abril vivió un verdadero calvario: Primero fue un Puebla donde dijo: "De ser electa, fortaleceré el lavado de dinero"; pero el lunes en la Ciudad de México, en el marco de un encuentro sobre inseguridad, estuvo a punto de desvanecerse. Las imágenes son dramáticas y preocupantes. Traté de explicarme el origen de su mareo. En primer lugar, el estrés que genera crisis de angustia y que incluye mareos o desmayos; en segundo lugar, el agotamiento; ella así lo justificó: Vengo de una reunión en Huejutla y Pachuca y ayer estuve en Chiapas". Y luego agregó, "estoy agripada como es evidente".

No debe ser nada sencillo para Josefina Vázquez Mota el momento por el que atraviesa. No es la candidata preferida del presidente de la República; ése era Ernesto Cordero. El Presidente le ha confeccionado un equipo paralelo que ha metido confusión a la campaña. Sin embargo, no puede romper con la política del actual sexenio que le permita crecer. Por dos razones: Porque no tiene el carácter para ello (me lo ha confiado uno de sus colaboradores más cercanos) y porque desataría la ira del Ejecutivo que le retiraría los apoyos y la infraestructura —que cuentan y mucho—. Pero no distanciarse de un gobierno que terminará con malos resultados, la conducirá a la pérdida de la elección. Son muchos puntos los que se encuentran debajo de las preferencias del candidato priista Enrique Peña Nieto. Así, se encuentra en una encrucijada; de ahí sus mareos y su probable desvanecimiento.

Correo electrónico: [victorae@colef.mx](mailto:victorae@colef.mx)

\*El autor es investigador de El Colegio de la Frontera Norte.