

2024-03-25

## La extraña campaña de Jorge Álvarez Máynez

Autor: Ernesto Núñez

Género: Nota Informativa

<https://www.animalpolitico.com/analisis/autores/explicador-politico/extrana-campana-jorge-alvarez-maynez>

"El candidato Jorge Álvarez Máynez sostendrá actividades privadas", con ese mensaje, el equipo de campaña de Movimiento Ciudadano notificó a la prensa que este fin de semana su candidato no haría campaña.

Apenas van 24 días de los 90 que tendrá la campaña presidencial, viene Semana Santa, en la que previsiblemente bajarán las actividades proselitistas de todos los partidos, y aún así, Máynez decidió borrarse del mapa.

¿Qué clase de candidato decide darle dos días de ventaja a sus rivales?, ¿qué clase de campaña desperdicia uno de los 13 fines de semana que tiene para movilizar a simpatizantes y militantes a un acto proselitista en días que no son hábiles?

La campaña de Jorge Álvarez Máynez va contra toda lógica, pero no precisamente de forma virtuosa.

En su afán de distinguirse de la "vieja política", Máynez comienza a desdibujarse y a volverse irrelevante.

¿Qué es la nueva política?

Según el candidato de Movimiento Ciudadano, la "vieja política" despilfarra en mítines para que seguidores y militantes vayan a aplaudirle a Claudia Sheinbaum y Xóchitl Gálvez. La "vieja política" rehúye del diálogo cara a cara con la ciudadanía que no piensa como ellos. La "vieja política" tiene cooptados a los medios de comunicación que, según se quejó en un reciente mensaje en su cuenta de X, no le otorgan a él ni el tiempo ni la cantidad de menciones positivas que a las abanderadas de Morena y de la oposición.

Para Máynez, la "nueva política" es calzarse unos tenis color naranja y visitar universidades; usar sus propias redes sociales para emitir mensajes, algunos elaborados por su agencia de cabecera (la tapatía Eu-zen que dirige Rafa Valenzuela), y otros escritos por sí mismo.

La "nueva política" es que en un sábado, ante la ausencia de actividades de campaña, el candidato tuiteó que acudió al festival de música Ceremonia, donde probablemente pudo interactuar con la chaviza.

Como parte de la "nueva política", Máynez montó una espectacular casa de campaña en un piso de un edificio de la colonia Escandón; con oficinas decoradas con paredes naranja, cuadros y esculturas; salas de juntas, sala de prensa, área de maternidad y zona recreativa.

Además, mandó tunear un autobús equipado con WiFi y mesas de trabajo, al que bautizó como "fosfobús" y que rara vez ha utilizado, pues casi nunca viaja en carretera.

La campaña de Máynez no es de tierra, como la de Claudia Sheinbaum (quien se propuso recorrer los 300 distritos electorales federales del país y tiene al menos tres mítines multitudinarios todos los días), pero tampoco ha logrado posicionarse como una efectiva campaña de aire.

Máynez grabó casi 70 versiones distintas de spots, para dedicarle dos mensajes especiales a cada entidad de la República, con duras críticas a gobernadores del PRI y del PAN, pero lo más notorio del partido naranja siguen siendo el estribillo del niño Yuawi y los tenis fosfo-fosfo de Mariana Rodríguez.

En lo que va de la campaña, Máynez ha visitado más universidades que estados o municipios. Ya fue al ITESO, a la Universidad Juárez de Tabasco, al ITAM, a la del Valle de Cuernavaca, a la Universidad Regiomontana, a la UdeG, a la Ibero, a La Salle, a la Universidad Panamericana y a la ANECPAP de Campeche.

Pero sólo ha estado en ocho entidades: la Ciudad de México, donde pasa la mayor parte del tiempo asistiendo a foros a los que también invitan a las candidatas, como el de Coparmex, la Canacar, la CMIC o la Conferencia del Episcopado Mexicano; Jalisco, Sonora, Nuevo León, Tabasco, Campeche, Colima y Morelos.

Normalmente, su agenda se limita a una actividad diaria, casi siempre un congreso, foro o diálogo universitario, y sus mítines han sido escasos: Lagos de Moreno, al arranque de la campaña; una concentración en Campeche, otra en Colima, y un par más en Tabasco, acompañando a la candidata de Movimiento Ciudadano a la gubernatura.

Un día visitó Hermosillo, en la primera semana de campaña, para degustar una carne asada y jugar una cascarita de futbol, que le sirvió para grabar un spot.

Álvarez Máynez dirá que eso de hacer mítines o intentar llenar plazas es de la "vieja política", y recriminará que no comprendamos que en otros países las campañas ya se hacen de otra manera.

Lo cierto es que su forma alterna de hacer campaña parece no estarle funcionando.

En noviembre, con Samuel García como posible candidato, Movimiento Ciudadano llegaba hasta el 17 por ciento de las preferencias electorales en algunas encuestas. Hoy, luego de tres meses de que se diera a conocer que el candidato sería Jorge Álvarez Máynez, y con la exposición en spots de intercampaña y 20 días de campaña, MC luce estancado entre un 5 y un 8 por ciento.

Sólo ese dato valdría para preguntarse si es buen momento para desaparecer con una agenda de "actividades privadas".

Los problemas de Movimiento Ciudadano

La campaña de Álvarez Máynez se desarrolla, además, en un momento complejo para Movimiento Ciudadano, en el que las directrices marcadas por Dante Delgado han causado problemas internos e inconformidades en cuadros y militantes.

No se acaba el pleito con Enrique Alfaro, gobernador de Jalisco, una entidad a la que Máynez ha ido tres veces, en las que no ha habido ni la más mínima señal de reconciliación con el Alfarismo.

Y en Nuevo León, Samuel García está concentrado en encarar las polémicas de su administración, y en la campaña de su esposa Mariana, que busca convertirse en presidenta municipal de Monterrey.

En otras entidades, las postulaciones polémicas de personajes como Alejandra Barrales, Sandra Cuevas o Roberto Palazuelos, por mencionar sólo tres que buscan el Senado, tampoco están generando los réditos esperados, en términos de popularidad o arrastre.

Para acabarla, el Instituto Nacional Electoral acaba de tirar a dos candidatos que sí tenían posibilidad de llegar a la Cámara alta ganando las elecciones en sus estados: Eliseo Fernández, en Campeche, y Alberto Esquer, en Jalisco.

Un último apunte: en la campaña naranja se argumenta que no tienen los mismos recursos que Morena-PVEM-PT o la coalición PAN-PRI-PRD, pero según datos del INE, en este 2024 el partido naranja recibirá 646 millones de pesos para gasto ordinario y 323 millones de pesos para el gasto en campañas federales. Cuánto de eso va para la presidencial es algo que sólo saben Dante Delgado y, probablemente, el candidato Máynez.