

LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LA PRESIDENTA SHEINBAUM

Un punto fuerte sigue siendo su ejemplaridad pública

Entre los baluartes para que un gobierno sea eficaz está la comunicación institucional y política.

Su uso persuasivo y convincente, más que solo propagandístico, influye para generar legitimidad y adhesión durante el ejercicio de poder, desde donde debe reflejarse veracidad, certidumbre e inspiración, para mantener a la ciudadanía cercana y contar con un patrimonio necesario para la aceptación gubernamental.

La presidenta Claudia Sheinbaum decidió hacer uso de la comunicación pública como primera línea de su comunicación institucional y política, renovando la Conferencia Mañanera del Pueblo, por lo que reforzó la coordinación entre los distintos medios públicos y preserva a youtubers e influencers favoritos.

A diferencia del sexenio de AMLO, la administración Sheinbaum dialoga más con las cabezas de medios relevantes del país y ha abierto las puertas de Palacio Nacional con actos que entrañan poderosos mensajes a la opinión pública, como la presencia de marcas transnacionales y la convivencia con grupos musicales con alcance mundial.

El Plan México, los logros de la presidenta a año y medio de gobierno, la estrategia de paz, el Plan Michoacán, el Plan de Infraestructura (dentro de lo que recae, por ejemplo, la ampliación ferroviaria)

y varias políticas públicas deben tener una mayor visibilidad, con convincentes llamados a la acción por los resultados obtenidos.

Estar presente en todo el ecosistema de comunicación política del país implica que el presupuesto para la comunicación gubernamental tome un carácter estratégico, orientado a varios frentes en los que el Gobierno de México procura bienestar y paz.

Ya están en ello en Palacio Nacional, y habrá que acelerarlo.

COMUNICARLO PRIMERO Y ADMINISTRAR EL FEEDBACK

En episodios de alta sensibilidad pública, como el operativo para detener a "El Mencho", el descarrilamiento del Tren Interoceánico, el derrame petrolero en el Golfo de México y el anuncio de Estados Unidos sobre la petición de detención del Gobernador de Sinaloa con Licencia Rubén Rocha Moya y 9 funcionarios más de esa entidad con fines de extradición-el

gobierno mexicano perdió la oportunidad de generar narrativas que partieran desde el abc del suceso, administrar reacciones y dosificar una estrategia comunicativa.

Es muy claro que lo que no se comunica de un lado, se procesa en otro, con la consecuente pérdida de control de narrativa y de regulación de percepciones dañinas.

Ejemplaridad pública y evidencia de micro y meso transformaciones

En las últimas semanas, el asunto de la defensa de la soberanía nacional ha sido centro de la línea discursiva de la Presidencia y, aunque lo ha llevado a las audiencias de jóvenes, puede haber un factor de estancamiento involuntario en la gravitación de los mensajes públicos al dejar pasar otras oportunidades de interacción.

Los temas de educación y bienestar socioemocional para adolescentes y jóvenes, a través de la apertura de nuevos espacios y acciones como el ABC de las Emociones, así como la estrategia de seguridad con resultados en territorio mediante la cultura de paz, representan micro y meso transformaciones que, debidamente comunicadas, pueden conectar con la experiencia cotidiana de las personas.

Por otro lado, de acuerdo con diversos estudios de opinión, un punto fuerte de la Presidencia para la comunicación institucional o política sigue siendo su ejemplaridad pública, con base en un ejercicio de poder sustentado en virtudes previamente reconocidas y la muestra de hábitos contrarios a tradiciones autoritarias, propias de una comunicación vertical.

Los expertos y sus asesores podrán estimar que hay valores en la Presidencia que no se encuentran en políticos promedio de este país, lo cual ha sido destacado incluso por figuras internacionales: integridad, honestidad, austeridad, convicción y apertura humanista, que le dan mayor proyección a su discurso, imagen y acciones asociadas a su gobierno.

