

SEMANARIO POLÍTICO

EDICIÓN ESPECIAL
PRIMER NÚMERO

CONTENIDOS:

LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN
DE LA PRESIDENTA SHEINBAUM

ANATOMÍA DEL PODER DE TRUMP

LA CARTA DE UN ADOLESCENTE
A SUS PADRES

EL LABORATORIO
DE SAN LUIS POTOSÍ

JUNIO
2026



ANTE EL MÉXICO Y EL MUNDO QUE VIENE

01

DAVID APONTE
DIRECCIÓN EDITORIAL DE EL UNIVERSAL

La libertad de expresión encuentra nuevos significados y lecturas para comprender el acontecer nacional y global, en entornos marcados por la incertidumbre, en los que la información sin interpretación, sin perspectiva y sin evidencia científica, pierde valor. Esta publicación novedosa propone justamente lo contrario: lectura actual del momento y de las élites, profundidad y contexto.

David Aponte

02

LUIS ALBERTO GONZÁLEZ FLORENTINO
CISNE NEGRO FUNDADOR

La alianza El Universal y Cisne Negro asume que comprender el poder exige ir más allá de lo visible. Este nuevo espacio editorial propone una lectura distinta de las realidades y el impacto de múltiples decisiones y acontecimientos. No se trata de narrar lo que ocurre, sino de anticipar sus direcciones, consecuencias y horizontes.

Luis González Florentino

PRESENTACIÓN

PEDRO ISNARDO DE LA CRUZ
CISNE NEGRO, DIRECCIÓN EDITORIAL

En la tradición periodística de más de 100 años que representa El Universal, formulamos una novedosa síntesis del acontecer contemporáneo.

Aspiramos a que Cisne Negro eleve el valor analítico sobre personajes y acontecimientos con contenidos diferenciados de la mano de las ciencias sociales, políticas, cognitivas, prospectivas y las humanidades, cultivando la existencia de personas, élites e instituciones capaces de discernimiento, consentimiento, responsabilidad y participación, hacia nuevos pactos que preserven condiciones de individuación digna y democrática, donde se siembren dones de paz humanitarios.

Cisne Negro ofrecerá pues, semana a semana, contenidos más allá de la inmediatez, el impacto, los reportajes y las novedades periodísticas excepcionales que ofrece El Universal, para que en medio y más allá de coyunturas, pensemos y actuemos a través de los microcosmos, tensiones y vulnerabilidades, ante lo que nos presenta el mundo social, existencial y digital cotidianos, nuestro país y la humanidad.

Agradezco al Lic. Juan Francisco Ealy Ortiz, a Juan Francisco Ealy Jr, David Aponte, Carlos Benavides y Luis González Florentino, la confianza, el profesionalismo y la amistad que me han dispensado durante más de 10 años, como editorialista invitado en El Universal y en la trayectoria de más de 18 dossier publicados en cisnenegro. online, debiendo corresponderles con el respeto, el compromiso y la mística que entrañan en mi vida, lealtades y proyectos comunes.

Pedro Isnardo



CISNE NEGRO

ÍNDICE

JÓVENES Y SOCIEDAD ANTE EL ESPEJO ACTUAL.
“Por favor no me busques”.
El manuscrito del dolor.

La violencia íntima

LA PRESIDENCIA DE MÉXICO.

La política de comunicación de la Presidenta Sheinbaum.

LA PRESIDENCIA DE TRUMP

Anatomía del poder de Trump.
La comunicación no verbal como dominio público.

El nuevo rostro pragmático de Trump:
La estrategia para resucitar sus oportunidades de ganar la elección.

PROSPECTIVA ELECTORAL

Laboratorio presidencial en San Luis Potosí. El ataque de Morena contra el chantaje de sus aliados.

Después del knock out,
la contraofensiva para frenar a De la Espriella en Colombia.

¿QUIÉNES SOMOS?

EL NODO PRIMARIO: EL IMPACTO ESTRATÉGICO DE LA VIOLENCIA ÍNTIMA

Por qué la fractura del hogar no es un asunto privado: la estabilidad familiar como fundamento del desarrollo de una nación.

La violencia íntima es, con frecuencia, confinada al ámbito privado; sin embargo, esta percepción es un error estratégico costoso.

La evidencia sugiere que el hogar no es un refugio aislado, sino el nodo primario donde se calibra la resiliencia de toda una nación.

Cuando la dinámica doméstica se fractura debido al estrés económico, las normas de género y la delincuencia, no solo se destruye el tejido afectivo; se genera una onda expansiva de estrés tóxico que permea la iniciativa privada, desestabiliza la ética pública y, en última instancia, condiciona la capacidad de México para crecer.

LA ARQUITECTURA DE LA FALLA SISTÉMICA

Para comprender cómo este fenómeno escala a nivel macro, es necesario analizar su prevalencia y la asimetría de sus manifestaciones.

Datos nacionales sitúan la prevalencia general de la violencia de pareja en 16.4%, liderada por el abuso psicológico (27.3%) y las amenazas (14.2%–21.5%) (Cénat, 2024). La desigualdad económica actúa como detonante estructural, visible en una brecha de participación económica femenina del 34% (Cénat, 2024), el hacinamiento y el consumo de sustancias (Rivera-Rivera, 2004).

Existe, además, una compleja distorsión estadística: mientras las encuestas estiman una prevalencia de violencia física del 29.5% en hombres, frente al 14.2% en mujeres (Cénat, 2024), los datos hospitalarios revelan que el daño severo es desproporcionadamente femenino, registrando 101,178 mujeres atendidas por lesiones de violencia familiar frente a 8,458 hombres (Ángeles, 2025).

Esta cifra oculta un doble problema: un severo subregistro de la victimización masculina por estereotipos y una mayor letalidad hacia las mujeres, que tras la separación muta hacia tácticas de control económico y la instrumentalización de los hijos (Johnson, 2022; Li, 2023).

Fundamentada en la Teoría de la Carga Cognitiva, la evidencia explora cómo este estrés crónico agota el ancho de banda moral y operativo de los agentes: en el sector empresarial, el trauma genera presentismo y una caída en la productividad.

En el sector público, el fenómeno cristaliza en una burocracia que pierde su brújula ética al verse saturada por exigencias traumáticas que superan su capacidad de autorregulación.

EL COSTO DEL DESGASTE COGNITIVO E INSTITUCIONAL

Los efectos perniciosos sobre la infancia y la juventud agravan este panorama en el largo plazo.

El 71% de los estudios en países de ingresos bajos y medios asocian la exposición a la violencia de pareja con un peor desarrollo cognitivo, menor coeficiente intelectual (CI), depresión y rezago escolar (Tsunga, 2025; Doroudchi, 2023).

Al normalizar la agresión en la infancia, los jóvenes adquieren una alta probabilidad de replicar estas conductas en su adultez, perpetuando el ciclo intergeneracional y erosionando de forma permanente el capital humano (Gruendl, 2025).

Este desgaste doméstico tiene un correlato macroeconómico inmediato y devastador. En 2021, el costo del crimen y la violencia absorbió el 14.6% del PIB nacional, y las proyecciones advierten que escalará al 19.1% para el año 2030 (Gruendl, 2025).

Paralelamente, la violencia criminal e institucional provoca una menor participación en las urnas, erosiona la confianza en la policía y los tribunales, y disminuye el apoyo al sistema democrático (Trelles, 2012; Blanco, 2013).

Ante este panorama, mayores inversiones del Estado en vigilancia o fiscalización resultan ineficientes: la impunidad y el desgaste cognitivo crean una trampa de gobernanza donde el gasto público fracasa al intentar contener una ineficiencia que nace en la raíz del entorno social.

HACIA UNA NUEVA AGENDA DE DECISIONES DE NACIÓN

Abordar la violencia íntima no es una agenda asistencial aislada, sino una inversión estratégica en la infraestructura cognitiva y técnica del país.

Elevar el bienestar social y pacificar el entorno doméstico expande directamente el “ancho de banda” mental de la población, permitiendo que las políticas de capacitación laboral, tecnificación y productividad realmente prosperen sobre una base social sana.

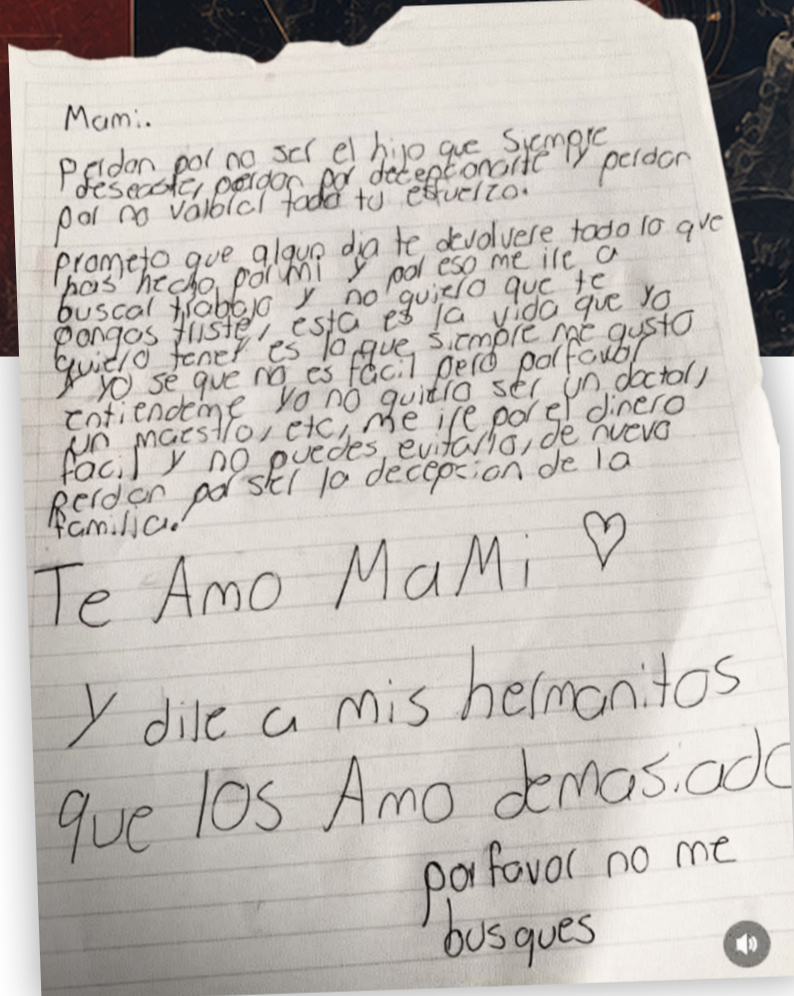
Cualquier esfuerzo presupuestal o de fiscalización institucional será insuficiente si el capital humano que opera las empresas y el gobierno se encuentra psicológicamente desgastado.

Si bien el fenómeno de la violencia íntima es multifactorial y sus dinámicas de género son complejas —lo que exige evitar lecturas unidimensionales o reduccionistas—, la evidencia empírica es contundente: el blindaje de nuestra competitividad económica e integridad pública nace en la estabilidad de los hogares. El costo de la inacción es sacrificar la viabilidad del desarrollo nacional.



“POR FAVOR, NO ME BUSQUES”.

EL MANUSCRITO DEL DOLOR



Ante la ausencia de referentes, el crimen organizado ocupa espacios

Una madre acude con una voz desgarradora.

Trae en las manos una carta que acaba de descubrir y cuya crudeza nos sacude profundamente.

En esas líneas, su hijo se despidió: «Me voy a buscar el dinero fácil. El sueño de ser doctor o maestro no es para mí. Perdóname, amá, por ser una decepción familiar; te amo a ti y a mis hermanos, pero te pido algo: por favor, no me busques».

Frente a ese papel, preguntas obligadas recorren el espacio.

¿Cómo llegamos a esto? ¿En qué momento pasamos del juego, de las aspiraciones infantiles, del anhelo por conquistar a una chica o de defenderse de la “carrilla”, a la búsqueda de integrarse al crimen organizado?

Esas respuestas pueden esperar; ahora hay que ubicarlo, rescatarlo, resguardarlo.

Sostener la vida antes de que lo inenarrable suceda.

Preguntas urgentes: ¿Sabe usted quiénes eran sus amigos? ¿Dónde podemos ubicarlos? ¿Qué lugares frecuentaba para reunirse? Piense en cualquier posibilidad. Si lo encontramos, debemos abordarlo sin juicios; necesitamos protegerlo, entenderlo y comprenderlo.

Mientras la madre busca respuestas entre el sollozo y la memoria, otras dudas asaltan la mente. ¿Qué motiva a un niño a abandonar su infancia? ¿Por qué está tan rota la capacidad de espera y la tolerancia a la frustración?

Buscan el atajo, la vía rápida en un vehículo que los conducirá a la tragedia. Las falsas promesas son el combustible. ¿Qué respuestas habitan a las infancias? El no sentirse querido, el deseo de mostrar valor en casa, la urgencia de encontrar una familia alterna, la aspiración económica.

Ante la ausencia de referentes, el crimen organizado ocupa espacios.

Los envuelve en un terreno de nuevas lealtades y de supuestos ascensos por méritos y capacidades.

NADA MÁS LEJANO DE LA REALIDAD

Esos menores no son capos; son “carne de cañón”. Mulas, halcones, sicarios desechables.

La alta mortandad del crimen exige una tasa de reemplazo constante y ellos terminan sumándose a la lista de desaparecidos.

La mente de un pequeño, además, juega con una terrible desventaja biológica: la madurez cerebral se presentará hasta los 25 años.

Sus decisiones se basan en los impulsos, no en la razón.

La madurez tardará en llegar, pero ¿habrá acaso tiempo para él?

EL DOLOR DE LAS MADRES. CONGELA.

La incertidumbre se experimenta con una crueldad que parece superar la de la muerte misma; la esperanza vive como una pesadilla omnipresente.

Encontrarlo —vivo o muerto— es enfrentarse a una cruel caja de Schrödinger que se perpetúa.

No hay luto posible, porque elaborarlo sería traicionar la esperanza.

Quizá ese niño, en este instante, esté llorando, arrepentido de su decisión, con sangre en sus manos, acaso la suya.

Quizá haya descubierto demasiado tarde que la violencia no distingue entre verdugos y víctimas, para ambos se avizora el mismo final.

La estadística golpea con dureza: la violencia es ya la primera causa de defunción en jóvenes mexicanos de 15 a 24 años, hoy se estima que 30,000 a 45,000 menores han sido reclutados por el crimen organizado.

La realidad obliga a actuar lo que contamos: la Comisión de Búsqueda, las autoridades.

Allí comienza otra tortura. La espera revictimiza. Las madres soportan frases lapidarias: “Se fue con la novia, al rato regresa” o “Es su culpa por no cuidarlo”.

Los funcionarios, devenidos de piedra, tampoco cargan toda la culpa; muchos han debido instalar la indiferencia como un mecanismo de defensa psíquico frente a una realidad que supera incluso a las ficciones más aberrantes.

Al final, no hay respuestas. Las preguntas que deja la carta quedan abiertas, suspendidas en el aire pesado de este silencio.

Necesitamos arropar a las infancias, escucharlas, entenderlas, ofrecer alternativas a las juventudes y dar abrigo a las madres que buscan, que lloran, que gritan y perdonan; pero también a las que hoy cuidan y protegen, a las que día a día —en presencias y ausencias— se entregan. A las madres que hoy ven, y a las que no ven futbol.

La frontera entre lo privado y lo público es más permeable de lo que solemos asumir.





GUIAR EL PASO

Después de renunciar a la Secretaría de Organización de Morena, Andrés Manuel López Beltrán sacó del retiro a su padre y difundió una foto con la que respalda su decisión de ir por una diputación federal desde su natal Tabasco.

El padre habría aconsejado al hijo un repliegue estratégico, para intentar la brillantez de un nuevo despunte bajo condiciones controladas y con la fuerza de apoyos blindados.

Por lo pronto hay quien ya ha notado cambios en el acento con el que habla López Beltrán.

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 Presidenta 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 Presidenta 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.



*Su imagen pública
se construye alrededor
de la transgresión constante*

ANATOMÍA DEL PODER DE DONALD TRUMP

LA COMUNICACIÓN NO VERBAL COMO DOMINIO PÚBLICO

Donald Trump se ha consolidado como una de las figuras más disruptivas de la política internacional cuyo impacto no sólo depende de sus propuestas, sino de una estrategia comunicativa que aprovecha el descontento social, la desconfianza en las instituciones y el rechazo a la política tradicional.

Su imagen se basa en la transgresión constante y en proyectarse como un líder auténtico. Además, utiliza la comunicación no verbal como un activador emocional de confrontación, espectáculo y liderazgo capaz de alcanzar la realidad y el destino de quien tenga en su mira.

A través de diversos canales, transmite poder, dominio y diferenciación; por ejemplo, su expresión facial, que suele mostrar un rostro caracterizado por el ceño fruncido, tensión mandibular y labios contraídos.

Destaca, especialmente, su frecuente sonrisa asimétrica, asociada con emociones como el desprecio e, incluso, el asco.

Este tipo de expresiones proyectan una sensación de superioridad y distancia frente a los demás, reforzando la percepción de un líder que juzga y confronta constantemente a su entorno.

No es gratuito que, en la actual temporada mundialista, Trump le haya negado la estancia a varios miembros del equipo de Irán a pesar de que jugarán en territorio estadounidense. México tuvo que ayudarlos.

Trump utiliza una comunicación no verbal orientada a proyectar poder y control.

Sus gestos manuales son amplios y repetitivos, destacando el dedo índice acusador, el gesto de "ok" y las palmas abiertas, que refuerzan autoridad, precisión o defensa.

Además, suele invadir el espacio personal de sus interlocutores mediante una inclinación del cuerpo hacia adelante y una reducción deliberada de la distancia interpersonal, rompiendo protocolos políticos tradicionales.

A esto se suman recursos paralingüísticos como el volumen elevado, el tono grave y las pausas estratégicas. Su lenguaje directo y poco convencional fortalece la imagen de un líder transgresor y cercano a ciertos sectores del electorado, pero, sobre todo, muestra una congruencia entre sus palabras y su imagen.

Sus interacciones físicas también forman parte de una estrategia. Sus característicos apretones de manos, acompañados de tirones del brazo o palmadas en hombros y antebrazos, funcionan como demostraciones de control y dominio interpersonal.

Más allá de consignas como "Make America Great Again", Trump ha construido una marca política sustentada en un complejo ecosistema de comunicación no verbal. Este modelo lo convierte en una figura altamente reconocible, asociada con la ruptura de normas, la energía disruptiva, la resistencia y el liderazgo.

Sin embargo, también implica riesgos de hiperpersonalización y de escalamiento de conflictos, como se observa en su combinación de negociación, confrontación y dramatización, o un viraje al pragmatismo y paciencia extrema, en escenarios internacionales como el caso de Irán.

Su capacidad para proclamar sus emociones como actos soberanos y minar el flujo normal de noticias, acontecimientos y proyectos en función de sus agendas y decretos, continúa siendo un fenómeno de alcance global.

Esta metamorfosis no responde a una moderación ideológica, sino a un cálculo de supervivencia política

EL NUEVO ROSTRO PRAGMÁTICO DE TRUMP:

ESTRATEGIA PARA RESUCITAR SUS OPORTUNIDADES DE GANAR LA ELECCIÓN

En los últimos días hemos visto un nuevo Trump.

En poco tiempo ha ajustado su actitud en temas clave.

Esta metamorfosis no responde a una moderación ideológica, sino a un cálculo de supervivencia política.

LOS DATOS QUE PERTURBARON AL PRESIDENTE

Dos potentes detonantes encendieron las alarmas en la Casa Blanca.

En primer lugar, los comités de acción política republicanos alertaron sobre una caída en el financiamiento de las campañas debido a los bajos niveles de aprobación del presidente y el partido.

Además, un reporte del AP-NORC Center de la Universidad de Chicago evidenció el desplome de Trump entre los independientes sin título universitario, un sector fundamental de su base que pasó de 48% de aprobación a inicios de su mandato a apenas 25% en junio.

La amenaza a la obtención de recursos para las campañas y el des-

censo en la aprobación de su base más leal obligaron a Trump a hacer cambios drásticos.

DE IMPONER A NEGOCIAR

La respuesta de Trump ha sido un viraje de 180 grados en sus posturas sobre temas clave:

Irán: Tras semanas de estancamiento, la Casa Blanca sorprendió con un Memorandum de Entendimiento para un alto el fuego de 60 días.

El objetivo es inmediato: reabrir el Estrecho de Hormuz y restablecer el flujo de petróleo para hacer bajar su precio y así contener la inflación que golpea con fuerza el bolsillo de los ciudadanos.

Elon Musk: El distanciamiento quedó atrás. Trump aprovechó el histórico lanzamiento a bolsa de SpaceX/Starlink como muestra de un boom tecnológico en su mandato.

Con ello busca inyectar optimismo económico justo cuando enfrenta un 63% de desaprobación de

su gestión económica.

Ucrania y Putin: En la cumbre del G7, Trump cambió su postura de apoyar solo si obtiene algo a cambio. Se mostró dispuesto a respaldar a Zelensky con sistemas móviles antimisiles para capitalizar que Rusia muestra signos de fatiga.

También adoptó una postura severa contra Vladimir Putin al anunciar que restablecerá sanciones al petróleo ruso.

Con esto busca desarmar la crítica demócrata de debilidad ante Moscú y alzarse como el mediador definitivo de los principales con-

flictos globales.

A LA BASE DE TRUMP NO LE GUSTA QUE SEA FLEXIBLE CON MÉXICO

Mientras en los temas anteriores Trump flexibiliza un poco su postura, su discurso hacia México se hizo más severo: dijo que los cárteles tienen el control total de México y que Sheinbaum es "una mujer muy buena pero muy asustada".

Junto con este ataque Trump

anunció una mayor concentración de acciones en la frontera terrestre y presumió un desplome del 97% en el tráfico de drogas por vía marítima.

Con ello busca retomar su principal bandera electoral: la seguridad nacional y el control fronterizo.

¿SERÁN EFICACES ESTAS MEDIDAS?

El viraje llega en el límite del calendario electoral porque el alivio derivado del descenso en el precio del petróleo tarda semanas en impactar el bolsillo y el humor social.

Sin embargo, al recuperar la narrativa de estabilidad financiera y control geopolítico, Trump demuestra una enorme flexibilidad pragmática.

Si el pacto con Irán resiste y el optimismo de Wall Street se mantiene, los republicanos contarán con oxígeno para reducir el voto de castigo y aumentar sus oportunidades de retener el control del Congreso.

A Palacio Nacional le disgustan los linajes familiares porque implican la consolidación de poderes locales

EL LABORATORIO DE SAN LUIS POTOSÍ: EL ATAQUE DE MORENA CONTRA EL CHANTAJE DE SUS ALIADOS

Morena quiere dejar de pagar caro por el voto de sus aliados. Por eso el conflicto con el PVEM en San Luis Potosí es el centro de una estrategia para erradicar la extorsión de sus socios de coalición y, sobre todo, frenar la fragmentación del poder en las regiones.

DOMESTICAR A LOS ALIADOS

La presidenta Claudia Sheinbaum quiere resolver un problema estructural: el PVEM cobra muy caro su alianza legislativa.

Usa su condición de bisagra indispensable para las mayorías calificadas en el Congreso como arma con la que obtiene impunidad y feudos territoriales.

La ofensiva contra la polémica “Ley Gobernadora” potosina — diseñada para heredar el poder a Ruth González, esposa del gobernador— fue el primer gran choque de trenes.

Aunque en un intento de control de daños el gobernador Ricardo Gallardo terminó vetando la ley ante la presión de Palacio Nacional, el mensaje central de golpear su capacidad de extorsión ya había sido entregado.

El objetivo de Sheinbaum sigue siendo claro: domesticar la tendencia del Verde al chantaje y reducirlo a un papel de disciplina institucional.

EL PELIGRO DE LAS DINASTÍAS

El rechazo a las dinastías políticas va más allá de una postura moral, es una necesidad estratégica de centralización.

A Palacio Nacional le disgustan los linajes familiares porque implican la consolidación de poderes locales con margen para desafiar al centro.

Cuando un grupo político hereda el poder, construye feudos subnacionales con autonomía financiera, control de notarías, contratos públicos y redes de movilización clientelar propias.

NO HUBO SALIDA ELEGANTE

Aunque inicialmente se perfilaba una salida mediante una encuesta conjunta, el PVEM se negó a someter la candidatura de Ruth González al filtro de Morena.

Sheinbaum prefirió que el PVEM vaya solo en San Luis Potosí antes que aceptar a su esposa como candidata de la coalición.

Si Gallardo imponía a su esposa a la coalición, otros gobernadores buscarían la insubordinación, convirtiendo al país en una confederación de caciques indisciplinados.

Por ello el mensaje de Sheinbaum es claro: si los aliados quieren dinastía, tendrán que financiarla y defenderla por sí solos.

CONCLUSIÓN

El laboratorio potosino muestra que Sheinbaum está dispuesta a tolerar la competencia en los estados con sus aliados federales antes que facilitar la fragmentación de su régimen.

Al aislar al PVEM y obligarlo a competir en solitario, Palacio Nacional fija los límites del juego: el aliado puede luchar por su voto, pero tendrá que enfrentar el arrastre de Morena y la popularidad de la Presidenta.

Y si ganara la elección perderá importantes concesiones y quedará sometido a un intenso escrutinio de la Federación.

La contraofensiva del petrismo fue audaz, pero el blindaje del Tigre parece resistente

El triunfo de Abelardo de la Espriella -"El Tigre"- en la primera vuelta presidencial, significó un auténtico terremoto político en Colombia.

Pacto Histórico, el partido del Presidente Petro, experimentó un knock out psicológico al verse superado por un outsider de derecha radical.

Por eso respondió con rapidez: abandonó la solemnidad y lanzó una contraofensiva menos tradicional y más audaz.

CEPEDA SE VOLVIÓ DISRUPTIVO

La campaña de Cepeda desplegó dos acciones de alto impacto mediático.

Primero, el candidato acudió al programa de sátira política Fuck-News.

El objetivo fue desmitificar al tigre mediante el humor, denunciar su agresividad y perfilarlo como un líder inestable e iracundo.

Al pintar a De la Espriella como un riesgo autoritario, se buscó ge-

nerar una resistencia psicológica en el votante moderado ante la idea de ser controlado o sometido.

Poco después Cepeda lanzó la propuesta de postular a Colombia como sede de un Mundial de Fútbol.

La meta era clara: usar el Mundial de fútbol como un atajo mental.

En vez de forzar al votante a balancear variables duras como la economía o la seguridad, la campaña buscó dirigir la atención hacia una emoción unificadora y de alto impacto: el orgullo patrio.

EL TIGRE SE VOLVIÓ ESPIRITUAL

El Tigre no retrocedió.

Su respuesta combinó espiritualidad y espectacularidad: clausuró su campaña consagrando su eventual triunfo al Señor de los Milagros y reforzó sus apariciones portando un chaleco antibalas visible.

Su objetivo fue elevar la contienda a una cruzada moral y de supervivencia física.

Al escenificar un peligro inmi-

nente y ampararse en la fe, fijó en la mente del electorado que un voto por Cepeda equivalía al caos y a la destrucción de los valores tradicionales.

EL PODER DE UNA CAMISETA

De la Espriella también construyó una ventaja sutil que puede ser definitiva: un tigre.

Se trata de un estímulo ambiental que activa conexiones en la mente humana.

Al apropiarse de la playera de la Selección para hacer campaña, De la Espriella convirtió cada camiseta de Colombia en la calle -en pleno Mundial- en un recordatorio inconsciente de su proyecto.

Este estímulo cotidiano mantiene su nombre flotando de manera continua en la mente y en la conversación de los colombianos.

CONCLUSIÓN

Dos de las encuestas más reputadas del país concuerdan en la ventaja de De la Espriella en el tramo final:

Guarumo/Ecoanalítica le otorga el 52.6% de la intención de voto frente al 45.0% de Cepeda.

AtlasIntel le da 52.2% contra 44.5% de Cepeda.

La contraofensiva del petrismo fue audaz, pero el blindaje del Tigre parece resistente. Colombia girará su rueda de poder hacia la ultraderecha.



¿QUIÉNES SOMOS?

LUIS ALBERTO GONZÁLEZ FLORENTINO. Director Fundador con posgrado en IPADE Business School; **PEDRO ISNARDO DE LA CRUZ.** Director General de Cisne Negro, Doctor en Ciencias Políticas y Sociales UNAM y editorialista de El Universal; **ARMANDO RANGEL GALÁN.** Doctor en Economía, profesional en sistemas complejos, especializado en ciencia de datos, modelación económica y sistemas económicos; **JOSÉ ANTONIO DORANTES.** Especialista en Relaciones Públicas y Comunicación Política, estratega en comunicación basada en ciencias cognitivas, imagen pública, marketing y comunicación digital; **FRANCISCO VÁZQUEZ SALAZAR.** Posgrado en Filosofía Social, académico (UNAM), profesional en comunicación en el sector público y privado y especia-

lista en manejo de crisis; **JUAN CARLOS BARRÓN.** Doctor en Filosofía en Desarrollo Internacional por la Universidad de East Anglia (UEA) y Director del CISAN UNAM; **PABLO VARGAS.** Estudios de posgrado en filosofía y especialista en artes visuales; **DAVID LANDGRAVE CASTILLO.** Doctor en Ciencias Políticas por la UCM y Profesor de la FCPyS (UNAM), especialista en estrategia y análisis político; **BERENICE SOTO.** Internacionalista (UNAM) y psicóloga enfocada en análisis y comunicación política, especializada en integración de ejes estratégicos; **ARIANA OSORIO.** Egresada de Mercadotecnia Internacional por la Universidad Autónoma de Guadalajara y profesional en Comunicación y Diseño de Marca; **EDUARDO HERNÁNDEZ FUENTES.** Doctorando en Lingüística (UNAM) y profesional en Ciencias Cognitivas; **DAVID CHAN HERNÁNDEZ.** Profesional en políticas de seguridad pública y ciudadana, gestión integral de riesgos y organización social;

ZIRAHUÉN VILLAMAR. Doctor en Ciencias Políticas por la Freie Universität de Berlín y con posgrado en la Universidad Autónoma de Barcelona; **EDGAR ALONSO ANGULO ROSAS.** Psicólogo UNAM y experto en adicciones, con trayectoria dirigiendo proyectos de salud mental, prevención de violencias y derechos humanos en ONGs, sector público y privado; **NIDYA ELOISA LÓPEZ JIMÉNEZ.** Profesional del sector público con dominio en gestión fiscal, normatividad, comunicación institucional y derechos humanos; **FELIPA GARCÍA.** Diseñadora y Comunicadora Visual UNAM, con trayectoria en medios de comunicación impresos influyentes de México; **ENRIQUE VALADEZ.** Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la FCPyS (UNAM) y periodista con más de 20 años de experiencia, especializado en información económico-financiera y **ASSENETH BURGUETE MIJANGOS.** Consultora en Imagen, Etiqueta y Protocolo.



CISNE NEGRO.ONLINE

