



La política debe de estar al servicio de la sociedad, no de la imagen pública de sus líderes

En recientes columnas publicadas en este prestigioso medio, he abordado las deficiencias y desafíos del gobierno actual, con un enfoque particular en la reforma al Poder Judicial de la Federación y la politización de la justicia. Por lo tanto, ahora, pretendo ofrecer un análisis más estructurado y detallado sobre el impacto de la imagen pública en la administración gubernamental, utilizando como estudio de caso la administración del presidente **Andrés Manuel López Obrador**.

La reforma al Poder Judicial de la Federación ha sido un tema recurrente y crítico en mis análisis previos. La politización de la justicia, promovida por la reforma, plantea serias preocupaciones sobre la independencia judicial y la imparcialidad en la aplicación de la ley. Esta situación podría socavar la confianza pública en el sistema judicial y afectar negativamente la percepción de justicia en el país, socavando el Estado de derecho.

En una de mis recientes columnas, reconocí el esfuerzo de la presidenta electa, **Claudia Sheinbaum Pardo**, por seleccionar a los miembros de su gabinete basándose en su conocimiento y preparación, en contraste con la tendencia de priorizar la popularidad de los servidores públicos. Este enfoque podría representar un cambio positivo hacia una administración más técnica y menos influenciada por la imagen pública.

El presidente **Andrés Manuel López Obrador** ha demostrado una notable habilidad para convertir la administra-

EL FISCAL DE HIERRO

Javier Coello Trejo

@coellotrejomx



ción del país en un espectáculo mediático. Su estrategia de comunicación, incluida la conferencia matutina diaria, ha transformado la política en un evento de alto alcance mediático. Esta táctica ha tenido un impacto significativo en la percepción pública, posicionándolo como el principal "influencer" en México.

La creciente influencia de los medios de comunicación en la política se refleja en la transición de figuras mediáticas a posiciones de servicio público, como los casos de **Margarita Salinas**, **Cuauhtémoc Blanco**, **Sergio Mayer** y **Ana Gabriela Guevara**. Este fenómeno plantea interrogantes sobre la capacidad de estas figuras para desempeñar roles gubernamentales con la competencia y seriedad requeridas.

La comparación del presidente **López Obrador** con el personaje del "Flautista de Hamelín" ilustra su habilidad para atraer y mantener la atención del

público a través de su presencia mediática. Sin embargo, esta analogía también sugiere un riesgo: la posibilidad de que el enfoque en la imagen pública eclipse las necesidades reales del pueblo y la efectividad de la administración gubernamental.

Es fundamental examinar cómo la administración de **López Obrador** ha manejado situaciones críticas y cómo su imagen pública ha influido en la percepción de sus políticas. Un ejemplo claro es la respuesta a la pandemia de **Covid-19**. A pesar de las controversias y críticas sobre la gestión de la crisis sanitaria, la imagen pública del presidente ha mantenido un apoyo significativo entre ciertos sectores de la población. Este apoyo puede atribuirse, en gran medida, a su constante presencia mediática y a su narrativa de cercanía con el pueblo.

La estrategia de comunicación del presidente ha sido efectiva en términos de mantener su popula-



ridad, pero también ha generado una polarización significativa en la sociedad. Los partidarios de **López Obrador** lo ven como un líder comprometido con los más desfavorecidos, mientras que sus detractores lo acusan de usar la comunicación como una cortina de humo para desviar la atención de problemas graves como la inseguridad, la corrupción y la economía.

Además, el uso de la imagen pública como herramienta política ha tenido repercusiones en la toma de decisiones gubernamentales. La necesidad de mantener una buena imagen ante el público puede influir en la implementación de políticas a corto plazo, sacrificando soluciones más sostenibles y estructurales. La administración de **López Obrador** ha sido criticada por adoptar medidas populistas que buscan beneficios inmediatos en lugar de abordar problemas de raíz.

La influencia de los medios y la imagen pública también han generado un entorno en el que la información veraz y objetiva se ve comprometida. Las "mañaneras" se han convertido en un espacio donde se presenta la narrativa oficial, a menudo minimizando o desestimando las críticas y cuestionamientos de la prensa independiente. Este control sobre la información puede limitar el debate público y la rendición de cuentas, elementos esenciales en una democracia saludable.

La elección de figuras mediáticas para ocupar cargos públicos es otra manifestación de la importancia de la imagen en la administración actual. Sin embargo, este fenómeno no es exclusivo de México.

En diversas partes del mundo, la popularidad mediática se ha convertido en una cualidad valorada en la política. La pregunta que surge es si estas figuras pueden realmente cumplir con las exigencias del servicio público, o si su papel se limita a mantener la atención mediática.

En conclusión, la administración de **López Obrador** ha demostrado una habilidad notable para utilizar la imagen pública como herramienta política y ha logrado la división de la sociedad. No obstante, es crucial que este enfoque no desvíe la atención de las necesidades fundamentales del país. Hago un llamado a la presidenta electa, **Claudia Sheinbaum Pardo**, para que priorice la preparación y competencia de los servidores públicos sobre su popularidad, asegurando así que el gobierno se concentre en las necesidades reales del pueblo. La política debe estar al servicio de la sociedad, no de la imagen pública de sus líderes. Es imperativo que se construya una administración basada en la eficiencia, la transparencia y el compromiso genuino con el bienestar de todos los ciudadanos.