



Primeros tropiezos

Gobernar es, esencialmente, la administración de expectativas. No es un ejercicio de demagogia –aunque algunos así lo hacen en el poder–, sino un método, sobre todo en el arranque de una administración nueva, cuando hay altas expectativas y ansiedad de prontitud. Y cuando ese inicio se da en medio de condiciones difíciles y articulación compleja, el método se convierte en una necesidad estratégica donde la comunicación política es fundamental.

Esta pieza está fallando a la presidencia de Claudia Sheinbaum, probablemente por la curva de aprendizaje de buena parte de su equipo que ha llegado a tomar el control de un aparato manejado desde la óptica de la propaganda por el exvocero presidencial Jesús Ramírez Cuevas, quien, pese a sus intentos por mantener el control en la estrategia, ha sido relegado, por lo menos, hasta ahora.

Sheinbaum asumió la Presidencia con altas expectativas, reflejó la encuesta de EL FINANCIERO publicada el día que rindió protesta. El 65% dijo que la economía iba a mejorar con ella y 62% opinó sobre la pobreza. En dos temas reconocidos como difíciles de resolver, seguridad pública y combate a la corrupción, Sheinbaum recibió el apoyo de 57% y de 55% de los encuestados respectivamente, que señalaron que mejorarían ambos. Aunque en todos los rubros la expectativa es inferior

a lo que se esperaba de Andrés Manuel López Obrador cuando asumió la Presidencia, seis de cada cuatro esperan que haga mejor trabajo que él.

La encuesta registra un dato relevante que requiere interpretación entrelíneas, porque Sheinbaum aparece con más negativos (27%) que aquellos con los que terminó su gestión López Obrador (18%), lo que puede mostrar que mientras que el expresidente no le transfirió suficientes positivos para mejorar sus números, los mexicanos le están trasladando los negativos del expresidente. La combinación de expectativas altas sin el prolongado bono que tuvo López Obrador con un lastre heredado necesita una comunicación política que neutralice, lo que no sucedió en los primeros días de su gobierno.

La comunicación política de Sheinbaum está fallando. Su equipo tuvo, cuando menos, tres meses para prepararse, sin importar los jaloneos en las últimas semanas previas a la toma de posesión ante las exigencias de López Obrador para que la Presidenta mantuviera a sus propagandistas. Algunas de las deficiencias de su equipo se notaron en el discurso de los 100 compromisos de su gobierno que pronunció en el Zócalo, durante la ceremonia de la entrega del bastón de mando de pueblos originarios.

Sheinbaum tuvo que frenar en algunos momentos su lectura, como en el punto 8 que se refería a la reforma judicial, para

ESTRICTAMENTE
PERSONAL

**Raymundo
Riva Palacio**

Opine usted:
rivapalacio@ejecentral.com

@rivapa



La comunicación política de Sheinbaum está fallando

corregir sobre la marcha una redacción que, por la forma como lo expresó, pareció haber sido escrita como si no se hubiera aprobado la ley. O el 44, que estaba repetido. En uno más, enfocado a mujeres, enmendó al vuelo y señaló que el programa propuesto también debía ser para los hombres. Antes, en la introducción del discurso, dijo que en 503 años no había habido una mujer presidenta de México, lo que es una barbaridad porque México no existía en los tres siglos previos a la vida independiente.



Si esas fallas son imperdonables, aunque no hubieran tenido un costo político inmediato, hubo otras deficiencias que se tienen que corregir rápidamente porque están directamente relacionadas con la comunicación política que necesita. La debilidad más clara que quedó registrada fue en el manejo de las redes sociales, donde su equipo fue incapaz de colocar temas de conversación que le beneficiaran, sucumbiendo ante algunos que perjudicaban su imagen.

Un análisis sociodigital de la consultora MW Group reveló que la conversación en Facebook y X sobre su victoria en las elecciones alcanzó 58.23% de toda la conversación digital, mientras que la de la toma de protesta llegó apenas a 41.77%, lo que es una caída significativa. Su equipo, donde hay nativos digitales y expertos en el ciberespacio, no tuvo ni creatividad ni músculo para lograr que Sheinbaum dominara la conversación mexicana el 1 de octubre y los días siguientes a su toma de posesión.

La principal línea de conversación resaltada en el análisis fue el hecho de ser mujer y su estilo de gobernar, que su equipo enfatizó en el mensaje en San Lázaro, que sin embargo no pudo evitar que el tema más importante de su mensaje (61%) fuera la forma como abordó la continuidad del proyecto obradorista, que generó *trending topics* críticos en las redes sociales que la opacaron en el mundo digital. Aunque la conversación fue favorable a ella (67%), su equipo no pudo colocar los temas de vanguardia de su mensaje, como el relacionado

a la ciencia y las innovaciones tecnológicas, donde la fabricación de un auto eléctrico de bajo costo pasó desapercibida o fue motivo de burlas.

Sheinbaum va a tener un primer año de gobierno bastante complicado por las restricciones presupuestales derivadas del desorden financiero en el epílogo de la administración de López Obrador, que abrió la caja para repartir miles de millones de pesos en programas sociales previos a la elección y destinó el grueso de los recursos a terminar sus caprichosos megaproyectos, endosándole los costos. Por ello tendrá pocos recursos para poder cumplir con sus primeras promesas de campaña, por lo que varios de los proyectos que anunció el martes no podrán concretarse hasta después de su segundo año.

Para poder navegar el año que tiene enfrente con compromisos ajenos, necesita generar expectativas y acciones que le ayuden a manejar las percepciones. Esto, que es para dar tiempo a que se concreten sus políticas y proyectos, necesita de una política de comunicación política eficiente. López Obrador pudo vender el cielo azul a millones todo el sexenio, porque su política no fue de comunicación sino de choque, ataques y polarización.

Sheinbaum, ni parece estar en ese camino, ni tiene el cinismo y talante pendenciero de su mentor. Sus fortalezas son otras, que tienen que ser optimizadas y maximizadas por su equipo que, hasta ahora, sólo ha podido proyectarla como una administradora del encargo que le dejó López Obrador.