

Posicionan a Sheinbaum

ÉRIKA HERNÁNDEZ

Tras la derrota de Morena en la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum cambió de estrategia para posicionar su imagen mediante el uso de los programas sociales.

La intención de la Jefa de Gobierno tiene dos vertientes: visualizarse rumbo a la elección presidencial y recuperar alcaldías en 2024.

El 17 de julio, cientos de empleados de los programas sociales que otorga el Gobierno capitalino, así como los Servidores de la Nación asignados a la capital, fueron citados en diversas sedes y horarios para escuchar un mensaje de Sheinbaum.

En el Instituto de Educación Media Superior “José Revueltas Sánchez”, en la Colonia el Parque, en la Venustiano Carranza, se llenaron tres salones, con alrededor de 100 personas, en cuatro horarios a lo largo del día.

La sesión, en la que se prohibió el uso de celulares, arrancó con un video en el que se resumía la historia de los partidos de izquierda gobernando la ciudad.

Enseguida apareció una grabación donde se veía a la Jefa de Gobierno ante un auditorio con coordinadores de programas sociales.

En el mensaje, de unos 20 minutos, Sheinbaum lamentaba los resultados de la elección del 6 de junio. Desde su perspectiva, parte del fracaso se debía a que ella se enfocó a atender la pandemia por Covid-19 y dejó a un lado la parte electoral.

Aseguró que no hubo difusión de las acciones gubernamentales más allá de la

emergencia sanitaria.

Sin embargo, coinciden algunos de los testigos, recriminó que quienes están a cargo de los programas sociales “no hicieron su parte”.

Por ello, instruyó que se pusiera en marcha una nueva estrategia: visitar casa por casa para que los ciudadanos conozcan los programas.

Remataba su discurso con la advertencia: “Si queremos ganar en las siguientes elecciones debemos ponernos las pilas”.

La misma instrucción dieron a los 100 empleados que estaban en cada uno de los salones del instituto.

TRABAJO DE CAMPO

Los empleados fueron citados el 31 de julio en diferentes sedes para informarles cómo emprenderían la estrategia desde las primeras semanas de agosto.

Ahí les explicaron que lo central en las visitas domiciliarias es posicionar el nombre de Sheinbaum, por lo que les dieron la “Guía para la conducción del trabajo de campo”, que deben aprenderse de memoria.

A los empleados se les dio un teléfono marca Xiaomi Redmi 9A que deberán compartir entre dos personas, en el cual se instaló una aplicación con una encuesta sobre el programa social en turno y las percepciones de los ciudadanos, así como teléfono y correo electrónico.

La instrucción es que si alguien no desea contestar o no se encuentra en el domicilio, se tome una fotografía de la casa y se envíe la dirección por medio de la misma aplicación.



Estrategia electoral

Para intensificar su presencia rumbo a la elección presidencial y recuperar alcaldías en 2024, Sheinbaum ordenó:

- Aprovechar a empleados de programas sociales y a los Servidores de la Nación.
- Poner en marcha la estrategia de visitas casa por casa.
- Informar a los ciudadanos sobre los programas sociales.
- En las visitas domiciliarias mencionar que se va de parte de Sheinbaum.
- Explicar las bondades del programa.
- Realizar una encuesta, mediante una aplicación que se les proporcionará.
- Si algún ciudadano no desea contestar, tomar foto de la casa y enviar la dirección en la misma aplicación.



■ Claudia Sheinbaum con Valentín Díez Morodo, dueño del Club Toluca (ambos de rojo) y Emilio Azcárraga (der.).

