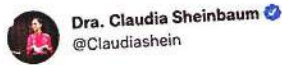


POLÍTICA

Tweet



Dra. Claudia Sheinbaum
@Claudiashein

De acuerdo con el Artículo 32 de la Constitución política de la Ciudad de México, hoy inicia la difusión de nuestro #4toInforme de gobierno.

En materia de seguridad hemos disminuido 54% de los delitos de alto impacto.

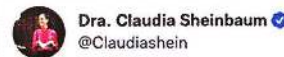
#HonestidadQueDaResultados

Translate Tweet



2:20 PM · Sep 30, 2022 · Twitter Media Studio

1,797 Retweets 275 Quote Tweets 2,647 Likes



Dra. Claudia Sheinbaum
@Claudiashein

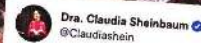
Siempre hay que tener presente de dónde venimos para saber a dónde vamos. Por eso gobernamos con cercanía a la ciudadanía. Martes de #AudienciaPública

Translate Tweet



4:49 AM · Sep 27, 2022 · Twitter f

15 Retweets 64 Quote Tweets



Dra. Claudia Sheinbaum
@Claudiashein

¡Muy emocionada porque la @FIFAWorldCup iniciará su recorrido por LATAM en la Ciudad de México!

La gira de la FIFA dejó de ser "fifi y ahora reunirá a niños y adolescentes en la @Alc_iztapalapa el próximo 16 y 17 de octubre. Gracias @ClaraBrugadaM

Translate Tweet



2:46 PM · Sep 26, 2022 · Twitter for iPhone

655 Retweets 189 Quote Tweets 1,758 Likes

SHEINBAUM SE POSICIONA CON SU NUEVA ESTRATEGIA, PERO LE FALTA CARISMA

Desde finales de agosto la jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, cambió su estrategia de comunicación, justo cuando fue contratado como su asesor el catalán Antoni Gutiérrez-Rubí. Ahora usa más las redes sociales para mostrar una faceta "más humana" y cercana a la gente... pero le falta el carisma de AMLO y, lo más grave, aún no se desprende de algunas losas que la oprimen, como la tragedia de la Línea 12 del Metro, dice el experto Aleix Sanmartín, conocedor del electorado mexicano.

SARA PANTOJA

Desde hace al menos un mes la jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum, dio un giro a su estrategia de comunicación en sus redes sociales: da los buenos días y las buenas noches, manda mensajes de amor a su pareja sentimental, se mofa de sus errores cometidos en conferencias, muestra fotos con trabajadores del Metro, habla lo mismo de su comida favorita que de su infancia y época estudiantil, y presume cómo trabaja desde su oficina en el Zócalo capitalino.

Ese viraje en su comunicación digital, dentro de la etapa de posicionamiento, según el proceso de las estrategias de campaña, coincide con el anuncio del convenio que su gobierno firmó a finales de agosto con el asesor de comunicación catalán Antoni Gutiérrez-Rubí, quien trabajó con Gustavo Petro para ganar la Presidencia de Colombia en junio pasado. ▶

La modificación de la estrategia ocurre también previo a su cuarto informe de gobierno ante el Congreso de la Ciudad de México –el próximo viernes 7– y tal vez el penúltimo, pues para estas fechas, pero de 2023, quizá Morena ya habrá decidido quién será su candidata o candidato presidencial en las elecciones de 2024.

Sus cuentas en Twitter, Facebook, Instagram y Tik Tok se han vuelto parte fundamental de Sheinbaum para difundir sus acciones de gobierno al frente de la capital y para mostrar una parte más humana, de persona normal, cercana a la gente y con gustos y actividades como cualquier otra.

Esa intención de “humanizar” a la posible candidata presidencial de Morena se puede ver en los mensajes que envía desde muy temprano con fotos de amaneceres en la capital y de obras públicas que ha hecho su administración, el “buenos días” y el hashtag #LaCiudadQueLoTiene- Todo. Para las “buenas noches” sube fotos de zonas iluminadas y con gente que disfruta de un café en su #CiudadAlAireLibre.

También aprovecha la coyuntura, como la del 19 de septiembre, cuando tembló, para hacerse más cercana y empática. Esa noche subió una foto abrazando y besando a un niño y escribió: “Hoy tod@s necesitamos un abrazo. Les mando uno con mucho cariño. Buena noche”.

La morenista también ha aprovechado cuando supervisa las obras de rehabilitación del Sistema de Transporte Colectivo Metro –cuyas fallas operativas diarias le generan miles de críticas negativas de los usuarios– para tomarse fotos mientras abraza a los trabajadores y les agradece su labor. A la llegada del primer tren para la Línea 1, desde China, anunció que sería expuesto en el Monumento a la Revolución. Y

aunque dijo que la gente no podría subir a la unidad, mostró un video donde toma de la mano y sube a un niño que le dijo que de grande quiere ser conductor del Metro.

Así ha publicado fotos de trabajadores del Trolebús Elevado, del Servicio de Limpia y de los policías que resguardan la seguridad en los eventos masivos. De todos destaca la importancia de su labor para la ciudad.

Los martes de audiencia pública siempre ofrece una foto con los ciudadanos de quienes recibe peticiones. Recientemente lo hizo con un niño a quien regaló una réplica miniatura de un tren del Metro y el chaleco que ella usa en sus supervisiones de obra, pues también le dijo que sueña con ser conductor de ese transporte.

El amor y Tik Tok

En su intento por mostrarse más “humana”, la aspirante presidencial también ha usado sus redes para mostrar momentos cursis o sentimentales, como el cumpleaños de su pareja, Jesús Tarriba: “Hoy sólo quiero agradecer tu existencia en mi vida. Feliz cumpleaños, Jesús”, escribió el 2 de septiembre, junto a una foto de ambos sonrientes en su juventud. Él también ha sido incorporado a la estrategia, lo mismo al cantar con ella “Siempre en mi mente” de Juan Gabriel, acompañarla en la ceremonia del Grito de Independencia junto a los otros aspirantes presidenciales y sus parejas; o bien, a sus múltiples viajes de fin de semana a diferentes entidades.

Una vez, en la sala de abordar de un aeropuerto, grabó una entrevista en la que ambos contaron cómo se reencontraron después de ser novios en sus tiempos de Universidad. En ese tipo de entrevistas,

claramente hechas para hablar de su vida personal y hacerla reír, Sheinbaum también ha mencionado sus gustos musicales y gastronómicos, ha contado cómo era de niña en la escuela y en su juventud como estudiante de la UNAM y hasta ha sido grabada preparando jicamas y preguntar “¿Con Chile o sin Chile?”.

Igual que el aspirante presidencial Marcelo Ebrard, Claudia Sheinbaum ha usado particularmente su cuenta de Tik Tok para subir momentos chuscos que le generan miles de clicks y comentarios a favor... y en contra. Por ejemplo: brincar en el tradicional juego de “resorte”, presumir que le regalaron un pin en forma de corcholata con su nombre, el autonombrarse “MotoMami Recargada” al manejar una cuatrimoto sobre el carril del Trolebús Elevado en Iztapalapa; o mofarse de que tropezó al llamar “Britany” a la cantante pop Britney Spears.

También generó expectativa al anunciar el concierto de Grupo Firme en el Zócalo el 25 de septiembre y luego grabar un video desde su oficina supervisando el operativo de seguridad y presumiendo la asistencia de 280 mil personas, según el dato oficial. Hay un video de un acto público en el que un asistente le grita “¡Claudia, te amooo!”, y ella contesta: “¡Yo también!”, y hasta un videojuego en el cual, un dibujo animado de ella libra obstáculos y al llegar a la meta sale el mensaje: “Estás imparabale!”

Lo nacional y lo global

Sheinbaum usa más su cuenta de Twitter para difundir acciones de gobierno y pronunciarse sobre temas nacionales y, recientemente, internacionales. Hace un mes lanzó una videocolumna en la que ha hablado de la reforma electoral, la nacionalización del litio y la permanencia de las fuerzas armadas en las calles. En esas piezas ha reiterado los argumentos del presidente Andrés Manuel López Obrador.

Además, ha enviado mensajes de condolencias por las víctimas de los sismos en Colima y los damnificados por huracanes en Baja California, aunque no hizo lo mismo para la familia del policía Javier “C”, abatido por delincuentes el pasado 28 de septiembre en la alcaldía Tlalpan. En esa cuenta también difunde los posicionamientos que promueve con los gobernadores de Morena por temas políticos y, particularmente, sus críticas a las autoridades electorales y a los legisladores de oposición.

En todas sus redes sociales, la figura del presidente López Obrador, sus discursos y sus menciones sobre la pertenencia a la Cuarta Transformación, siempre están presentes.

Y, en su intento por ser reconocida también en el ámbito internacional, donde el canciller Marcelo Ebrard le lleva natural



Gutiérrez-Rubí. Un nuevo asesor

POLÍTICA



Gobierno de la CDMX

ventaja, Sheinbaum ha enviado condolencias al secretario de Estado de Estados Unidos, Antony Blinken, por el deceso de su padre y a los pueblos del Reino Unido por la muerte de la Reina Isabel II. Además se tomó fotos con los expresidentes de Bolivia, Evo Morales, y de Uruguay, José Mujica –igual que el canciller–, y hasta opinó sobre la guerra entre Rusia y Ucrania.

“Ciudadanizar”, la tarea: Sanmartín

El pasado 23 de agosto, el diario español El País reveló que Antoni Gutiérrez-Rubí, el asesor de comunicación catalán que llevó a Gustavo Petro a la Presidencia de Colombia en junio pasado, se sumó al equipo de comunicación de Claudia Sheinbaum.

Al día siguiente, cuestionada sobre el tema, ella confirmó la contratación, pero la minimizó al asegurar que el especialista sólo daría “algunos cursos y asesorías” de comunicación digital a distancia y cobraría “un monto muy pequeño”, el cual no reveló. “Va a colaborar en algo muy especial en el gobierno de la Ciudad, porque ni estamos en campaña ni estamos en ningún otro tema”, aseguró.

Según Aleix Sanmartín, doctor en comunicación política por la Universidad Complutense de Madrid y conocedor del electorado mexicano, “claramente hay una mejora en la comunicación digital de Claudia Sheinbaum últimamente y coincide con la aparición de Antoni Gutiérrez-Rubí al frente de su asesoría en la escena política. Eso es evidente”.

En entrevista con Proceso, asegura que hay mejora en la plataforma y los canales de comunicación de la morenista, así como en la interacción y las actividades de los públicos. “Hay una mayor audacia”, califica. Sin embargo, destaca que ese mismo fenómeno lo ve también en el caso del canciller Ebrard.

El estratega español con más de 15 años de experiencia en campañas con po-

líticos de América del Sur, El Caribe, España y México, explica que “una de las tareas que más ha destacado Antoni Gutiérrez-Rubí es la de ciudadanizar-humanizar a candidatos. Sus aportaciones, más allá de las plataformas digitales, van a bajar, humanizar, ciudadanizar, en este caso, a la doctora Sheinbaum, respecto a los públicos a los que se quiere dirigir”.

Según su análisis sobre el rumbo que lleva la morenista en su intención de ser candidata presidencial, ella “tiene una gran losa”: el derrumbe de un tramo de la Línea 12 del Metro, que causó 26 muertes y más de 100 lesionados el 3 de mayo de 2021. “Más allá de si la responsabilidad es de uno o de otro, la Línea 12 se derrumbó en su gestión”.

Otra gran losa, sigue, es “que no ha logrado durante mucho tiempo contar con un discurso propio de su gestión de gobierno. Si pensamos en López Obrador como jefe de Gobierno, pensamos en la ‘Ciudad de la Esperanza’, los programas sociales y las pensiones al adulto mayor. Si pensamos en Ebrard, es la ‘Ciudad de Vanguardia’, de las libertades, las bicicletas, el matrimonio gay, la ecología. Tenían un sello distintivo”.

Sin embargo, asegura, “con Sheinbaum no se había logrado en la primera parte de su mandato contar con un eje rector diferenciador de otras administraciones a nivel local. Hoy, yo sigo sin verlo, pero al menos hay una mejora en su comunicación de cara a la parte digital”.

Simbiosis con AML0

Sanmartín es miembro de la Asociación Internacional de Consultores Políticos y ha asesorado al mismo López Obrador, a Ebrard, a Felipe Calderón y a su esposa, Margarita Zavala, y actualmente trabaja con Mario Delgado, presidente nacional de Morena.

Con esa experiencia, observa un tercer elemento en Claudia Sheinbaum que requiere su atención. “Hay cierta falta de

empatía y de seducción con determinadas capas sociales, por eso no acaba de des-puntar en encuestas”. Dice que “más allá de la transferencia reputacional de Andrés Manuel López Obrador, no hay mucho más. Sheinbaum es porque es Andrés Manuel y ya está. No hay más. Es la aliada de Andrés Manuel, la hija de Andrés Manuel, siempre estuvo con Andrés, pero no brillará por sí misma”.

Por ello, celebra que su equipo se dio cuenta de eso y buscó asesoría profesional. “Parece que van en un sentido correcto, que ella va subiendo un poquito en las encuestas y está un poquito por delante de Marcelo. Iba en franco descenso y ahora remonta, diría que se está poniendo primero”.

El pasado 27 de septiembre el diario El Financiero publicó una encuesta en la que Sheinbaum tiene 30% de aprobación para ser la candidata de Morena, frente a 26% de Ebrard. En tanto, el senador Ricardo Monreal registró 8% y el secretario de Gobernación, Adán Augusto López, 7%.

Cuestionado sobre las críticas en las mismas redes sociales y en columnas políticas en el sentido de que Sheinbaum es la “réplica” del tabasqueño, Sanmartín aclara: “No, no, no, ¡para nada! Si fuera una réplica no estaría tan abajo en las encuestas”.

Explica que todos los aspirantes se mueven en torno a la estrategia discursiva de la llamada Cuarta Transformación. Por eso, agrega: “No es que Claudia repita lo que dice López Obrador. Ella está dentro de la 4T, pero lo dice sin la empatía y sin la brillantez de Andrés Manuel, por eso no ha acabado de pegar”.

De hecho, asegura que la coincidencia de la morenista con el tabasqueño es “su gran fortaleza. Si no tuviera eso, no estaría ni siquiera en la contienda. La gran fortaleza de Claudia es su simbiosis con el presidente, su lealtad a él, el compartir a pie juntillas el proyecto de transformación nacional. ¡No es su debilidad, todo lo contrario!”.

Y aclara: “Habrà gente que no comparte la visión del presidente y que eso le parezca una debilidad... Pero para la mayoría social que sí comparte el proyecto cuatroteísta, eso es una gran fortaleza”.

Por último, menciona que otra fortaleza de Sheinbaum es el género: “No solamente que sea mujer, sino con experiencia, universitaria, doctora y la más cercana al presidente, esas son sus grandes fortalezas, evidentemente son puntos que le suman”.

Lo cierto, subraya Sanmartín, es que falta mucho tiempo para que inicie formalmente la campaña presidencial y mucho más para las elecciones de 2024. “Entonces, los equipos de campaña de todos los aspirantes irán haciendo estrategias basadas en públicos y posicionando determinados atributos en cada fase de la estrategia política... Estamos aún viendo los primeros rayos de luz de esta contienda”.