

ANÁLISIS DE IMAGEN

PRESIDENTES MUNICIPALES,
MUCHO RUIDO Y POCAS NUECES

◉ Tienen buen maestro en la comunicación política, pero no lo siguen. Expertos analizan la comunicación y la imagen de los tres principales alcaldes de Sinaloa, que contrastan con el modelo de Andrés Manuel López Obrador

David Ortega (corresponsal)
david.ortega@debate.com.mx

El presidente de México destaca por su discurso creíble, coherente, con impacto en las masas y además con gran comunicación asertiva; en contraste, los alcaldes morenistas de las tres principales ciudades del estado carecen de asertividad en sus discursos, poseen falta de escucha y tienen cortas carreras políticas, lo cual enturbia la comunicación con la ciudadanía, así lo señalan dos expertos en imagen pública y psicología social en entrevista para EL DEBATE. Manuel Guillermo «Billy» Chapman Moreno, presidente municipal de Ahome; Jesús Estrada Ferreiro, alcalde de Culiacán; y Luis Guillermo «Químico» Benítez, alcalde de Mazatlán; junto con el presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, fueron sometidos al ojo experto de Wendy Crespi, consultora de imagen, y del psicólogo social, antropólogo y académico de la UNAM Óscar Alberto Clavellina López, quien además tiene experiencia en comunicación y análisis de discurso. Los expertos analizaron videos recientes de cada uno de ellos para contestar una pregunta: ¿qué imagen proyectan y cómo comunican?

→ Conflicto, conformidad y consenso

Óscar Clavellina, por ejemplo, destacó que en los cuatro casos existe un discurso generalizado, pues todos los cambios de la cuarta transformación obedecen a una crisis previa: «La crisis deviene en un cambio. Siempre la teoría se marca como conflicto, conformidad y consenso, por lo que todos los videos lo que reflejan es un proceso de conformidad, ya el conflicto estuvo. Entonces, independientemente de lo que digan, luego viene el consenso», destacó por el contexto del reciente cambio, no solo de Administración, sino de fuerza política.

En su materia, Wendy Crespi señaló que de los cuatro personajes solo uno posee un buen diseño de imagen: muy político y con autoridad. En los otros casos –añadió– se puede ver desde un poco de desaliño, hasta un rostro que proyecta enojo. Además, parte fundamental de la imagen pública en estos tiempos son las redes sociales, lo que en la mayoría de los casos –hablando de alcaldes– están lejos de un buen alcance y un mensaje homologado, explicó la especialista en imagen.

El psicólogo social de la UNAM con experiencia en análisis de discurso dijo a EL



ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR
PRESIDENTE DE MÉXICO
f 6 106 588
t 5 330 721
i 328 507

AMLO, un discurso pausado

Wendy Crespi indicó que la imagen que utiliza López Obrador es de estilo natural: «Busca la comodidad siempre, aunque se ha estado puliendo en muchos aspectos, como el cabello y los dientes». Los colores que utiliza el tabasqueño en sus prendas de vestir son de acceso y de pocos altos contrastes, lo que comunicaría autoridad, señaló: «Las prendas a veces no están en su talla, lo que hace que se desproporcione el cuerpo; por ejemplo, mangas amplias, el detalle que más debería cuidar». En comunicación, cuenta con pocos ademanes, poca gesticulación y carece de contrastes en volumen y ritmos. Tiene muchas pausas: «Las pausas son buenas en discurso cuando son espaciadas, porque el silencio llama la atención de la audiencia, pero si se habla pausado todo el tiempo, se vuelve un tanto monótono».

Popular en redes

Andrés Manuel López Obrador es muy popular en todas sus cuentas de redes sociales. Su imagen está homologada, y otro punto a favor es que en ellas habla en primera persona, destacó la experta en imagen. En su cuenta de Facebook, López Obrador tiene 6.1 millones de seguidores. Ahí su presencia es arrolladora. Muy similar a su cuenta de Twitter, donde cuenta con 5.33 millones de seguidores. Ambas están homologadas. También tiene presencia en Instagram, en donde sus publicaciones son más escasas y, por tanto, selectivas. Y en su canal de YouTube el número de suscriptores es ligeramente mayor a los 836 mil.

Comunicación asertiva

El presidente maneja una comunicación asertiva; sin embargo, en ocasiones es confusa porque aborda varios temas al mismo tiempo, dijo el académico de la UNAM Óscar Clavellina. Maneja un marco jurídico y palabras claras que todo el mundo le entiende, añadió. No obstante, también lo consideró coherente y ecuánime con el discurso que plantea: «López Obrador, ¿es un perfil protagonista?, por supuesto. Es un líder, un líder carismático, pero no tiene el corte de la farándula o TV, más bien tiene el porte de la política que se viene haciendo en las trincheras, del político que se para y habla y tiene que gritar, y tiene que exponer y dejar claro», señaló, sobre todo es sus eventos masivos.



MANUEL GUILLERMO CHAMPAN MORENO
ALCALDE DE AHOME
f 22 606
t 116
i 449

Comunicación a gritos

En cuanto a la imagen pública del alcalde de Ahome, destacan el uso guayabera presidencial, una prenda que comunica autoridad para los lugares cálidos. Además, el expriista cuenta con un buen *fitting* (ajuste correcto de las prendas de vestir al cuerpo), tiene buen corte de cabello y siempre está rasurado, detalles que en un político proyectan mayor seguridad, explicó Wendy Crespi. Se suma a su estilo que en ocasiones usa manga corta con estampados, lo que comunica acceso. Pero en cuanto a su estrategia de comunicación, es pausado: «Sabe muy bien usar los recursos de tono, ritmo y pausas en su discurso para enfatizar el mensaje que quiere dar. Sin embargo, grita mucho», notó Crespi.

Reducido alcance en redes sociales

La conocedora en estrategias de imagen pública y comunicación encontró en su análisis que las redes sociales de Chapman «tienen distinta comunicación, no está homologada». Esto porque el ahomense apenas cuenta con 449 seguidores en Instagram: «Casi no postea (publica comentarios, fotos y videos); y cuando postea, no utiliza ningún título de fotos o *hashtags*», encontró la experta. En cambio, en Facebook, Billy Chapman cuenta con 22 mil 606 seguidores, pues en esta red social postea con más frecuencia, pero tiene poco alcance (usuarios que vieron el contenido publicado), el cual es menos del 0.1 por ciento. El alcalde no escribe en primera persona, alguien escribe por él. Tampoco tiene presencia en YouTube.

Síndrome Fox

Ahome se encuentra en una región en la que la gente es muy directa, donde se utiliza más la camaradería, destacó el académico Óscar Clavellina; sin embargo, el alcalde morenista no deja claro con su comunicación lo que pretende: «Habla de muchos elementos políticos y demás, pero no deja claro qué es lo que pretende», mencionó. «Habla fuerte. Por supuesto que tiene un discurso, que, como le reitero, en aquella región es fuerte, pero no tiene un sentido, insisto, de una comunicación asertiva». En su opinión, Billy debería manejar elementos técnicos (jurídicos, datos duros y precisos) que impacten en el entendimiento de las personas. «Si no lo hace así, puede gritar como, el caso de Fox, que gritaba y hablaba fuerte, pero no se le entendía nada, no manejaba una comunicación clara y asertiva», señaló.