

Símbolos y redes sociales: el estilo De La Espriella en sus 50 días

‘Viva Cristo Rey’, el radio y la pistola son elementos a los que acude al Presidente para acercarse a su electorado. Hay centralización en comunicaciones y un rígido control de las entrevistas.



El presidente De La Espriella a su llegada en el avión presidencial a Quibdó, con el radio con el que se comunica con la cúpula. PRESIDENCIA

Mateo García

Subeditor de Política
matgar@eltiempo.com - @teomagar

El estilo de gobernar de Abelardo De La Espriella es totalmente diferente al que el país estaba acostumbrado. Los símbolos, como la pistola, el radio con el que se comunica con la cúpula militar y “viva Cristo Rey”, así como una estrategia de comunicación centrada en la Consejería de Prensa y la priorización de las redes sociales, principalmente en video, por encima de los medios de comunicación, han marcado los primeros 50 días de su mandato.

Esta semana, la banda ‘los Pachenchas’ desafió al Estado con un paro armado en Santa Marta, y la institucionalidad llegó, con el jefe de Estado a la cabeza, a la capital del Magdalena. Como no se había visto en tiempos recientes, un presidente se metió a la boca del lobo, enviando un mensaje de que el comandante en jefe está en la primera línea de fuego y portando un arma. La escena se repitió también en Cali, en un megaoperativo contra criminales. Más allá de la controversia de ver a un jefe del Estado portando armas, el Presidente, al igual que lo hizo en la campaña, acude a los símbolos.

De La Espriella refuerza esos mensajes clave para su electorado, y más cuando estamos a poco más de un año de las elecciones regionales, en las que Defensores de la Patria busca ser protagonista. “Ha ido acumulando símbolos en cada una de sus intervenciones. Primero, el de Cristo Rey; luego, el radio, y ahora, el arma en la

cintura. Dos mensajes o dos elementos de su base política: una profundamente conservadora, con arraigo católico y cristiano. Otra, una que clama por mano firme y palabras fuertes. La radio y el arma pretenden mostrarlo como el comandante en jefe —función constitucional— a cargo de la seguridad y encabezando directamente las operaciones. No tiene ningún sentido que un presidente que tiene el mayor esquema de seguridad del país y uno de los mayores esquemas del mundo tenga que ir con un arma en la cintura. Es claramente una puesta en escena con una carga simbólica muy poderosa: es un presidente que ha anunciado que garantizará la seguridad por la vía de la fuerza, no por del diálogo”, aseguró el analista Gabriel Cifuentes, columnista de este diario.

Para Cifuentes, además, portar el arma va de la mano con la expedición del decreto que lo permite. Pero, aclara, “no se entiende el arma como instrumento de violencia sino de seguridad, y ahí hay un mensaje de hondo calado”. El analista Carlos Arias, experto en comunicación política, añade que los símbolos relacionados con la seguridad no son más que una respuesta al clamor ciudadano en este tema, algo que lo llevó a la Casa de Nariño con un discurso ‘anti-Petro’ y contra la fracasada ‘paz total’. El viernes extraditó a alias Araña, a quien el anterior gobierno se negó a enviar a Estados Unidos, a pesar de las pruebas de que seguía delinquiendo. El video en el que lo informó al país estuvo lleno de símbolos y mensajes contra los criminales;

rodeado de miembros de la Fuerza Pública y con un avión de guerra atrás, con ‘Araña’ esposado y rapado.

“La presencia y los actos simbólicos en los que el Presidente, entre comillas, camina entre los muertos y le da mayor preponderancia a la seguridad, lo que buscan es reforzar la percepción de los votantes que se inclinaron por él en las urnas. Esto busca hablarle a ese votante que lo respaldó en

“El Gobierno entiende la comunicación política no como un acompañamiento de la gestión, sino como parte de la gestión misma”.



Thierry Ways
Analista y columnista

las urnas por el tema de seguridad, pero también a ese votante que no lo acompañó en la elección, pero está agobiado por la inseguridad, desesperado”.

Bien lo dijo Carlos Suárez, estratega de la campaña de De La Espriella y hoy en la presidencia de la junta directiva de Ecopetrol: esto es de generar emociones. Así lo hicieron en la campaña y lo están calando en el Gobierno. “Yo he venido diciendo una cosa que me la han criticado mucho, pero el método probó que es cierto: las campañas políticas no son otra cosa que un *show business*. No se

ganan con propuestas, sino con emociones y sentimientos. Lo que las sociedades eligen es un tipo de líder que sea capaz de cumplir el sueño colectivo. Para las propuestas están los ministros, que las van a ejecutar. Los grandes equivocados son los que han leído las campañas y las elecciones como un proceso racional cuando, en realidad, son un proceso emocional. Y eso no es nuevo”, dijo a la revista BOCAS.

Y esta estrategia de símbolos va de la mano de un estilo diferente de relacionamiento con la prensa. Las comunicaciones están centradas en la Consejería de Prensa, en cabeza de María Fernanda Sandoval, quien acompaña al mandatario desde De La Espriella Lawyers y en la campaña.

Las entrevistas deben tramitarse a través de esta figura, y es la Casa de Nariño la que decide si se dan o no. De hecho, varios ministros le confirmaron a este diario que siguen al pie de la letra las instrucciones para no generar ruido en Presidencia. Varias carteras señalan que solicitudes de entrevistas fueron negadas sin mayor explicación, lo que ha llevado a que ahora sean algunos exfuncionarios y expertos los que ganen protagonismo explicando el alcance de las decisiones del Gobierno y no sus protagonistas directos.

A esto se suma que la prioridad es divulgar a través de redes sociales. Con Petro el país tuvo una primera experiencia. Él manejaba la agenda vía X, sin mayor estrategia, pero en el caso de De La Espriella todo está planeado. Y ya no es X la red preferida. Instagram es ahora la plataforma

El vocero, una novedad en la comunicación

Este gobierno implementó por primera vez la figura del vocero con Miller Soto, quien es el encargado de divulgar los principales mensajes de la administración De La Espriella a través de las diferentes plataformas. A esto se suma que por la misma vía los ministros están informando noticias de su cartera. Sin embargo, en estos espacios no hay interacción con la prensa y el único momento en que los periodistas hacen preguntas a los ministros es cuando estos están en el Congreso, donde han sido citados a debates de control político y moción de censura. El ministro del Interior, Rodrigo Lara, es uno de los que mayor interacción tienen con los medios de comunicación.

más relevante y allí, en historias, se comparte material que no llega por los canales oficiales de comunicación con la prensa.

La idea de esta estrategia es enviar un solo mensaje oficial y no varios a la vez cuando los ministros manejan su propia agenda. Es una sola voz del Gobierno.

“Hay un cambio de paradigma muy propio de estos tiempos en los que la comunicación está dominada por las redes sociales. El Gobierno entiende la comunicación política no como un acompañamiento de la gestión, sino como parte de la gestión misma. Los símbolos, las redes y la comunicación desde la Casa de Nariño ocupan el centro, mientras los ministros y las entidades pierden protagonismo. Eso tiene la ventaja de construir un mensaje más coherente y reconocible, pero también dos riesgos: que la gobernanza termine pareciendo más una puesta en escena que una administración y que la opinión lo interprete como opacidad. Es necesario acompañar la comunicación con resultados y con transparencia para evitar ese escenario”, aseguró el analista y columnista de este diario Thierry Ways.

Las críticas de la oposición y de algunos opinadores de medios no representan una preocupación para el Gobierno, pues desde campaña realiza minuciosas mediciones de escucha social en el mundo digital, lo que le permite navegar hacia las estrategias que considera indicadas. No en vano, fueron esas mediciones las que le dieron el triunfo en las urnas y en las que confía ahora para buscar el éxito en la presidencia.