



Precampañas

Termina la simulación



JOSÉ ANTONIO MEADE / TODOS POR MÉXICO

Logró conocimiento, le falta aceptación

El candidato de la alianza Todos por México se enfrenta al reto de ubicarse como quien encabeza una agenda ciudadana y sobreponerse a los lastres que constituyen la marca PRI

Por Lidia Arista y Diego Badillo

lospoliticos@eleconomista.mx

El precandidato presidencial de la alianza Todos por México, integrada por PRI, PVEM y **Panaí**, José Antonio Meade, concluyó la etapa de precampaña en el tercer lugar de las preferencias electorales, en disputa por el segundo sitio con el panista Ricardo Anaya y, si bien se encuentra en una situación complicada para iniciar la campaña, cuenta con factores a su favor como el hecho de ser

postulado por un partido a escala nacional y que logró ser conocido por buena parte del electorado; sin embargo, se enfrenta al reto de ubicarse como quien encabeza una agenda ciudadana y sobreponerse a los lastres que constituyen la marca PRI y la inconformidad ciudadana con el gobierno, plantean consultores políticos.

Carlos Mandujano, director del despacho de comunicación y estrategia electoral Cuarto de Guerra, expuso que el precandi-



Fecha 13.02.2018	Sección Los políticos	Página 1-12-13
----------------------------	---------------------------------	--------------------------

dato del PRI experimentó un importante avance en la construcción de su candidatura en este tiempo de campaña en términos de conocimiento.

Lo importante en esta etapa es ver cuánta gente te conoce. Es importante porque el nivel de conocimiento va ligado con la credibilidad y la confianza, es decir, nadie vota por lo que no conoce. Le funcionó muy bien a Meade y pasó a un ochenta y tantos de conocimiento.

Dijo que entre los aspectos positivos que tiene el virtual abanderado de la coalición Todos por México, encabezada por el PRI e integrada también por PVEM Nueva Alianza, es que el tricolor es un partido nacional, lo cual es una diferencia importante a la hora de hacer campaña, particularmente si se compara con sus contrincantes que pueden tener respaldos muy localizados. “El PRI tiene una estructura en todo el país”.

En ese sentido señaló que el resultado de las elecciones es multifactorial. No debemos perder de vista el tema de los recursos económicos que también van a estar ahí.

Comentó que el reto para el PRI y sus aliados es ver de qué forma Meade logra ubicarse como quien encabeza una agenda ciudadana, situación que hasta ahora no ha conseguido.

Explicó que cuando fue la nominación del Meade como candidato del PRI y sus aliados se generó una burbuja de comunicación en torno a él, pero cayó por el tema de la marca PRI.

Enfatizó que otro punto a favor es su esposa, lo cual puede beneficiarle particularmente ahora que no está conectando con la gente.

Lo que dejó claro fue que tiene que cambiar su línea discursiva, la cual es muy plana, muy llana. “Juana funciona muy bien en esa parte, te conecta, te hace ver que es una primera dama que podría funcionar por el tema de la cercanía”.

A Meade lo que le pesa es la marca PRI; sin embargo, tiene muchos positivos. Su esposa es un enorme positivo, pero no si la traen de apéndice de campaña. Ella tenía la posibilidad de entrar en audiencias que el priismo no podía y que los candidatos no podían.

En ese sentido opinó que la estrategia actual del equipo del precandidato ha sido más bien de ocurrencia, además que representa una dificultad el hecho de que todavía no haya coordinadores estatales para la campaña presidencial. Hay demasiados cabos sueltos.

Mandujano añadió que la comunicación no va a compensar la falta de operación política en la campaña del PRI. De la misma manera, una súper comunicación sobre producida no va a transformar a alguien en un líder al que no le están dando fondo.

Puntualizó que el tema central de la campaña será la corrupción y ésta le pesará más a Meade que a los otros candidatos, aun cuando directamente a él no se le ha señalado de conductas corruptas, como si ocurrió en el caso del precandidato del PAN, PRD y MC, Ricardo Anaya Cortes.

INCONFORMIDADES DE PRIISTAS LO AFECTAN

Carlos Lorenzana, director de Gerencia Electoral Consulting, expuso que el presidente Enrique Peña leyó muy bien que José Antonio Meade le daba 12 o 13 puntos que el PRI no tenía y los pidió a los gobernadores priistas que no se metan con el candidato y arreglarían los asuntos en el PRI como siempre lo han hecho para que le garanticen los 23 o 24 puntos; sin embargo, el problema es que se aprestan a operar la campaña gente que nunca ha hecho ese tipo de tareas. Gente como Aurelio Nuño,

Luis Videgaray o Enrique Ochoa nunca han estado en la boleta electoral. Pueden ser muy buenos políticos, pero nunca han sido priistas, priistas, priistas.

Explicó que la marca PRI le está resultando una marcha muy pesada, pero hay 12 millones de mexicanos que son priistas y van a votar por el PRI porque siempre lo han hecho, pero el problema es que no les alcanza para ganar.

Indicó que si se pone a platicar a Meade con alguien en corto lo convence de inmediato, pero si se le coloca en “la arenga no tiene la fuerza suficiente y en este país todavía somos de arenga, somos de pasión y si no comunicas emociones está muy complicado”.

Por su parte Roy Campos, presidente de Consulta Mitofsky, dijo que Meade empezó la precampaña con bajo conocimiento, por lo que lo primero que tenía que hacer es darse a conocer y no avanzó. “Perdió el colchón que tenía de conocimiento”.

Afirmó que el problema no es Meade, es el PRI. “La imagen del PRI es muy negativa y no nada mas eso, en la precampaña sufrió el coraje de los priistas cuando salieron las listas de los candidatos a diputados y senadores”.

Ante esa situación Meade está obligado a ser una campaña más evidenciando su

carácter de ciudadano y más a futuro para que se deje de hablar del pasado y del castigo hacia el PRI. Es algo que tendrá que hacer, pero no se sabe si le funcione porque el problema es si un ciudadano todavía puede creerle o no a un priista, entonces Meade tiene que decir no soy priista, soy ciudadano.

En ese sentido la CEO de Auguro Comunicación, Giselle Perezblas, dijo que el problema del PRI es de conciliación interna. Concretamente opinó que la negociación de candidaturas al interior del PRI están dejando heridas muy grandes, que incluso todavía no se han dimensionado porque creen que se van a disciplinar, pero lo que no han tomando en cuenta es que el priista sólo se disciplina cuando tiene una autoridad a la que respeta.

OPERA CON MÁRGENES ACOTADOS

Antonio Sola, socio fundador de la Consultora Ostos Sola, expuso que el margen en el que hizo precampaña José Antonio Meade fue muy acotado porque estuvo encerrado en los demonios del PRI.

Para el estratega, el contenido de ir tan grande del sistema PRI que hoy representa el presidente Enrique Peña Nieto generó una situación de acotamiento del margen de maniobra del precandidato.

Detalló que el año ha sido difícil para los políticos en general, particularmente para el presidente Peña, quien tiene un nivel de aprobación ciudadana extraordinariamente bajo.

El especialista consideró que no hay comunicación política que le sirva al PRI, lo cual se refleja en las encuestas. Sin embargo, dijo que no se trata de un tema personal del candidato Meade. “No es Meade, es que el ciudadano está harto del sistema”. Además, el ciudadano lo que hace es ver quién “está mas cerca de esta hartura” y lo que ve es que López Obrador está más próximo a su hartazgo.

Por su parte, Antonio Roldán, presidente de la empresa de inteligencia electoral Roldán Carreón y Asociados, consideró que como persona podría ser el más preparado de todos los aspirantes a presidente de México, pero lo que no se entiende es si trajeron a un ciudadano de candidato y lo que están haciendo es hacerlo priista o qué. Dijo que lo que mete ruido en ello es que pareciera que hubiera sido mejor traerse a un priista tradicional para arengar al priismo, que sepa cómo hablarle, porque al final a Meade le

Continúa en siguiente hoja

Fecha 13.02.2018	Sección Los políticos	Página 1-12-13
----------------------------	---------------------------------	--------------------------

ron en medio: ni es ciudadano, ni es priista y sus eventos son muy priistas.

El especialista añadió que aun en el contexto en el que le tocó hacer precampaña y en el que le tocará hacer campaña a José Antonio Meade, con una buena estrategia y una buena campaña puede levantar, aunque no se sabe hasta dónde o si será lo suficiente para ganar la elección del próximo 1 de julio.



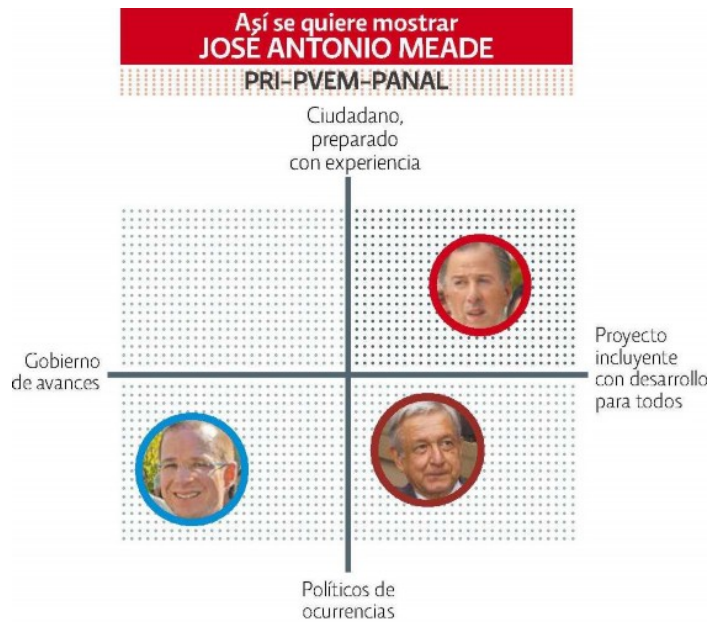
“El reto para el PRI y sus aliados es ver de qué forma Meade logra ubicarse como quien encabeza una agenda ciudadana”.

CARLOS MANDUJANO,
socio director y fundador de Cuarto de Guerra.



“Con una buena estrategia y una buena campaña puede levantar”.

ANTONIO ROLDÁN,
presidente de la empresa de inteligencia electoral Roldán Carreón & Asociados.



FUENTE: Carlos Mandujano, director de la consultora Cuarto de Guerra