



## La comunicación de Lasso no pega centro

La comunicación de gobierno, en momento de ejercicio del cargo, es importante y no debe descuidarse. A momentos, la actual administración no ha aprovechado de ella, especialmente cuando ha debido enfrentar temas conflictivos.



Por Saudia Levoyer

**D**esde antes de su posesión como presidente de la República, muchas voces hablaron de lo difícil que sería para Guillermo Lasso gobernar. Ecuador es un país altamente polarizado, con una clase política que solo con perder la elección le significa declararse opositor y lo hace, con más ganas, si es que no se acogen sus tesis, justamente esas que no tuvieron apoyo en las urnas.

La administración y la toma de decisiones, en suma, no son fáciles. Pero se dificultan más si no se comunica eficientemente. Y, sobre eso, justamente les quiero hablar.

Partamos de lo positivo y que debe reconocerse: Lasso hizo, en la campaña para la segunda vuelta, un gran trabajo de comunicación política, en materia electoral. Logró venderse y capitalizar el descontento de la mayoría que no quería saber nada más del socialismo del siglo XXI. Dejó su cabello un poco más largo (quizás no tan peinado como solía tenerlo), se puso jeans, camisas y zapatos deportivos rojos para acercarse a los jóvenes y decirles que voten por él. Metió gol, los muchachos viralizaron los videos en TikTok e Instagram y sufragaron por él.

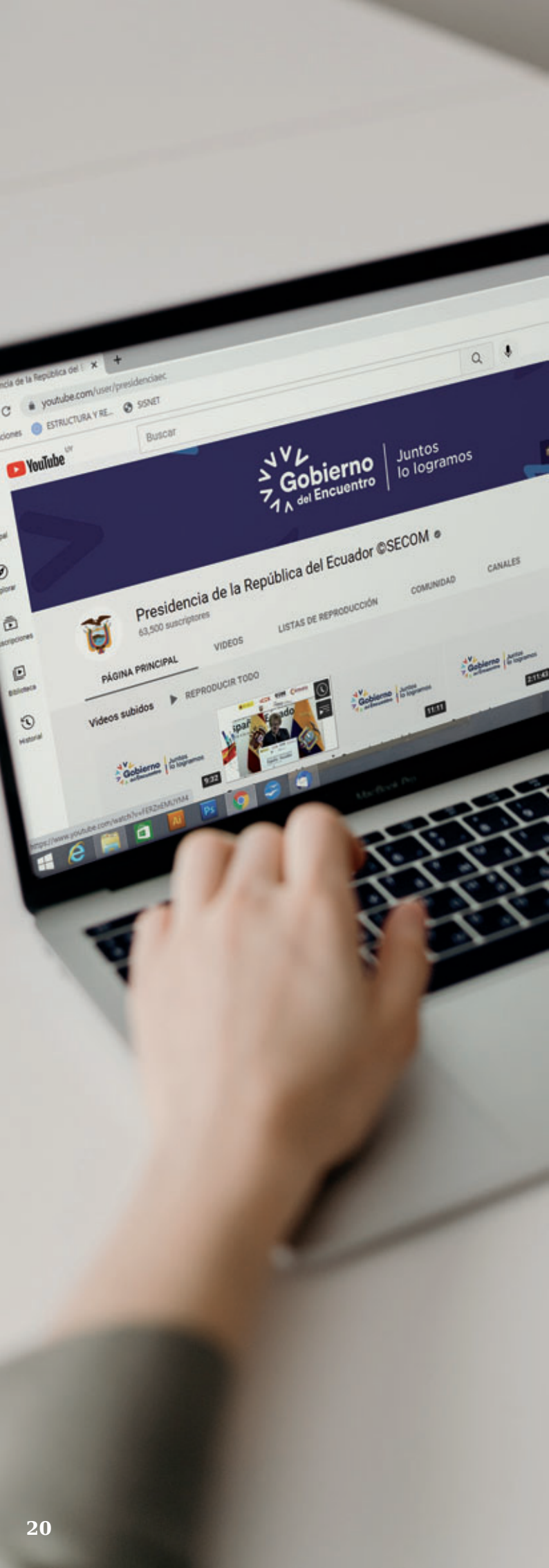
Sin embargo, cuando comenzaron las mieles y agruras del poder, se olvidó de que la comunicación política, es decir la de gobierno, tiene que

ser igual de activa y no dejar de perder la iniciativa. Desaprovechó una oportunidad de oro, cuando cumplió su meta de 9 millones de vacunados contra la covid-19 en 100 días. Ese fue un hecho que debió ser una fiesta, porque significaba volver a trabajar, a las aulas, a los amigos, a las reuniones (aunque sean pequeñas), a recorrer las calles.

Cuando comenzaron las mieles y agruras del poder, Lasso se olvidó de que la comunicación política, es decir la de gobierno, tiene que ser igual de activa y no dejar de perder la iniciativa

El gobierno solamente anunció que se lograba la meta, pero no mostraba emoción. Repito la palabra emoción porque esa es la clave de la comunicación en redes, hacer que la gente se emocione y qué mejor si es con base a hechos reales y no simples palabras. Generó una acción política sin precedentes, pero fue como que nada pasó.

Eso sí, volvimos a la conferencia de prensa, a las entrevistas de los



funcionarios de Estado en los medios de comunicación tradicionales, es decir a la comunicación clásica. Como periodista, lo agradezco, porque llevábamos bastantes años sin poder hablar con funcionarios de Estado, sin que nos dejen preguntar, vistos con mala cara –bueno eso siempre lo han hecho–, porque la intermediación periodística no es cool/ para los gobernantes de la era del Twitter y TikTok.

Para mitigar los sobresaltos y girar la opinión pública a Lasso no le queda más que marcar una estrategia comunicativa, lo que implica dejar de ser reactivo y manejar el balón que está en su cancha

Y también repitieron el formato de manejo de redes que se hacía en la primera década de este siglo, es decir cuando había solamente Facebook, pero lo replicaron a YouTube además. Como si se tratase de los medios gubernamentales de antaño, transmiten especialmente las intervenciones más importantes

de las autoridades estatales y las cuelgan ahí.

Como simple ciudadano difícilmente me detendré a verlas, pero como periodista agradezco, porque puedo irme a otro lugar, a tomar un café o a conversar, y al regreso vuelvo a mirar y escuchar y no me perdí de nada para hacer un registro informativo.

En los seis meses de gobierno de Lasso esa es quizá una de sus mayores debilidades. Miremos un ejemplo con contenido polémico alto: el bloqueo legislativo a la propuesta económica, eje de su gestión.

Comunicativamente, el Gobierno no hablaba con la ciudadanía cuando se dio el bloqueo. Y eso que hizo una declaración poderosísima que sacudió los cimientos de su oposición: dijo que iría a la muerte cruzada (disolución de la Asamblea y nuevas elecciones generales), porque había tres conspiradores (en referencia a las cabezas de la oposición, con las características que se señalaron, y que son los dirigentes de los indígenas, del PSC y de UNES). Vaya quilombo que había en las redes, unos a favor, otros en contra, pero nadie gestionando esas reacciones, midiendo qué se decía, qué pensaban los electores, cómo gestionar lo que ocurría, como se hizo cuando se eligieron a las autoridades del Legislativo y la gente gritó y finalmente no se dio el

acuerdo con el PSC y UNES (que por eso se hicieron opositores).

Con los Pandora Papers le ha ido un poco mejor. Entregó enseguida su versión de los hechos, algunos medios la publicaron, otros pasaron por alto el tema, pero cometió un error que se vio feo cuando escribió al periódico a reclamar por la publicación. Mejor hubiese pedido una rectificación o una aclaración, que es lo que se estila.

A Lasso, si las cosas medianamente le salen bien, seguirá en los siguientes meses de su gestión en medio de sobresaltos. Para ayudar a bajarlos y girar la opinión pública no le queda más que marcar una estrategia comunicativa, lo que implica dejar de ser reactivo y manejar el balón que está en su cancha.



**Saudia Levoyer** (Ecuador) es periodista y docente universitaria de pregrado y posgrado. Ha trabajado como reportera y editora Política y de Investigación en medios de Ecuador. Actualmente mantiene una columna en *El Universo*. Autora y coautora de cuatro libros. Profesora de la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador.

Tw: @slevoyer