

FLOTUS

Make the First Lady Great Again

por Juan de Dios Orozco

La están preparando. Al menos eso es lo que parece que intentan el grupo de asesores de la Casa Blanca. Melania Trump aún no tiene un papel distinguido -de momento- en la política de comunicación de Trump como sí lo tuvo, desde el principio, Michelle Obama.

La Primera Dama de los Estados Unidos - FLOTUS (First Lady Of The United States) - ha decidido mantenerse, este primer año, al margen de la actividad pública. En teoría lo hace para cuidar a su hijo pequeño. La realidad parece ser otra. Pretenden mantenerla al margen de la actividad pública de su esposo, mientras que su lugar es ocupado por Ivanka Trump quien dispone de una preparación cultural más amplia. Un año de paréntesis y alejamiento de la actividad de la Casa Blanca que coincide, casualmente, con el tiempo que Melania Trump pasará al cuidado de su hijo en New York.

Las razones para el aislamiento de Melania podrían encontrarse en su primer y más grande traspies mediático, que cometió al plagiar parte de un discurso de Michelle Obama. En Estados Unidos se perdonan muchas cosas, pero no un plagio. Mucho menos se disculpa copiar las ideas y palabras de la que

puede considerarse su enemiga política. La razón de esta trompada mediática tuvo una lectura por parte de la sociedad que venía a demostrar la superioridad intelectual de Michelle Obama frente a la de Melania aunque, en imagen pública y percepciones, el intelecto sólo es un factor más a tener en cuenta. Más aún, aquel plagio viene a poner sobre la mesa la escasa calidad profesional de quienes en ese momento asesoraban a la futura Primera Dama que no tuvieron ni visión, ni imaginación, ni ideas genuinas que asociar a la imagen de su asesorada.

La idea de sus actuales asesoras -tres mujeres- podría ser que, manteniendo a la primera dama con una mínima actividad institucional, sus índices de popularidad se mantengan e incrementen y así disponer de tiempo para prepararla. Lo más probable es que haga su aparición y su presencia pública se aumente cuando su esposo lo necesite y FLOTUS esté preparada para hacer una aparición de enjundia.

Lo cierto es que en un estudio de la consultora ORC International se afirma que el 52 % de los estadounidenses tiene una imagen positiva de Melania Trump frente al 44% que obtiene su marido.



«El 52% de los estadounidenses tiene una imagen positiva de Malenia Trump»

A veces, permanecer no ya en la sombra pero sí en la penumbra da buenos resultados. Los datos empíricos corroboran lo acertado de esta acción. Está claro. La presencia pública y la asunción de responsabilidades, por nimias que parezcan, de la esposa del presidente pueden resultar ventajosas e impulsar la imagen pública de Donald Trump. Por el contrario, cualquier desliz puede mermar la cuenta de resultados de aceptación pública del Presidente.

De momento, la imagen pública de la Primera Dama de EE. UU. tiene como fortaleza su propia persona -ha sido modelo y es una mujer atractiva- mientras que como debilidad destacable podríamos citar la de su propia biografía oficial que más parece la reacción a un cúmulo de flaquezas que la exposición de méritos que cabría esperar de la mujer del Presidente de los EE. UU. En este contexto, suma más puntos dedicarse a la familia y ser ama de casa que permanecer mucho tiempo sometida al análisis de los medios de comunicación social.

Por citar algunas debilidades muy evidentes y que quedan explicitadas en su desacertada redacción biográfica: No finalizó sus estudios universitarios... porque los sacrificó para tener éxito como modelo; no nació en EE. UU... como ya le ocurriera a Louisa Adams, esposa de John Quincy Adams; tiene intereses empresariales... pero está profundamente preocupada por el cyberbullying entre los jóvenes y es una apasionada de las artes, la arquitectura y el diseño. Su pobre biografía parece más una excusatio non petita de la que se desprende una accusatio manifesta. Su pasado de modelo y sus posados, también le hacen flaco favor.

El último desacierto, desde mi punto de vista, es su inadecuada fotografía oficial, más adecuada para una modelo de revista del corazón que para la esposa del Presidente de los Estados Unidos. Los anillos de brillantes, el excesivo retoque y la propia pose de brazos cruzados la hacen poco creíble. Demasiado perfecta para ser creíble.

LAS FIRMAS



JUAN QUESADA

Director General de Mosaik y CAREP.
Asesor de gobiernos y partidos políticos en distintos países.



JUAN DE DIOS OROZCO

Consultor de Protocolo, Imagen y Comunicación.



AMAURY MOGOLLÓN

Consultor político especializado en Campañas Electorales y Comunicación de Gobierno. CEO de la Consultora Acción Politik.



EDUARDO MARTELL

Abogado, Catedrático de Derecho y Relaciones Internacionales en la Universidad Autónoma de Honduras.



HECTOR URIEL

Director General en DirigeHoy.
Conferencista y Consultor en Liderazgo y Dirección.



JENNIFER ISLAS

Conferencista, Consejera Política Nacional en Partido Revolucionario Institucional de México.

ALEJANDRA REYNOSO

Diputada del Partido de Acción Nacional de México.
Licenciada en Mercadotecnia.



HUMBERTO AGUILAR CORONADO

Politólogo. Jefe de la oficina de la coordinación del grupo parlamentario del PAN en la cámara de diputados. México.



JORGE NAVAS

Asesor de comunicación y Periodista.



JOSÉ LUIS ROMERO HICKS

Politólogo, Economista y Abogado. Presidente de la Fundación Colosio Guanajuato.



LUIS ALBERTO CHÁVEZ

Periodista. Analista político. Editor de publicaciones.



LUIS MIGUEL DÍAZ - MECO

Especialista en comunicación institucional y 2.0, Consultor y Profesor de comunicación digital.



RAFAEL CALABUIG

Consultor de marketing y comunicación política.

