

Escala Crítica/Columna diaria

* La vuelta de tuerca: contra la “Ley Bonilla” y otra vergüenza * Aprobación de AMLO, a contracorriente de los medios

* Juego de pinzas: a ras de suelo (plaza) y difusión virtual (redes)

Víctor Manuel Sámano Labastida

PARA sus colaboradores y simpatizantes, lo mismo que para sus opositores, resulta complejo seguir a Andrés Manuel López Obrador. De un lado puede presentarse el apoyo acrítico o la interpretación equivocada, en tanto que muchos de sus adversarios construyen una caricatura para poder simplificar un fenómeno que va mucho más allá de las apariencias.

Dos casos notorios quedan como registro reciente: la censura frontal que realizó a la llamada “Ley Bonilla”, con la que los diputados de Baja California decidieron ampliar de dos a cinco años el mandato de Jaime Bonilla –abanderado de Morena- para el gobierno de aquella entidad. Dijo López Obrador que “no se debe modificar la ley en función de intereses personales o de grupos”; un pronunciamiento que había evitado hacer por “respeto a la autonomía” de los poderes.

Otro más es el referido a la reforma propuesta por su partido (Morena) para modificar la ley Orgánica en el poder legislativo (federal) y así garantizar que la fracción mayoritaria se quedara al frente de la Mesa Directiva por seis meses más. Y adelantó: “Imagínense si nosotros que estamos planteando una transformación, permitimos eso. ¿Un partido porque tiene mayoría puede aprovechar para modificar una ley en beneficio personal, en beneficio de grupo, en beneficio de una facción?, no, pues eso es un retroceso. Yo celebro que esto se haya resuelto bien. Yo no podía meterme, pero era una vergüenza”.

Pero estas historias no han terminado.

UN SALMÓN, A CONTRACORRIENTE

A PESAR de esos malentendidos, un punto que sorprende a los adversarios de AMLO es su popularidad, que se mantiene arriba del 70% de aprobación. Y es así porque con nueve meses de gestión, los resultados del gobierno federal están entre paréntesis; hay avances y pendientes.

Desde la oposición, el jeroglífico es enorme: ¿cómo explicar el blindaje presidencial, la imagen

exitosa de AMLO, si los resultados de su gobierno aún parecen insuficientes? Disonancia cognitiva que cuestiona los parámetros del marketing político. La imagen pública no sólo es cuestión de imagen. Hay sustancia política, por debajo de la imagen, a desentrañar.

Si revisamos titulares de prensa y medios electrónicos, la tendencia es contraria al gobierno. Con esa cobertura mediática, sorprende más la aprobación presidencial del 70%. Ya reseñamos aquí una poderosa razón para la cobertura periodística de inicio de sexenio: el retiro de 6 mil 500 millones de pesos de publicidad gubernamental. El monto de convenios previos (sexenio Peña), donde no se aclara qué era publicidad por servicios profesionales y qué era pago en mano, fue escándalo en mayo, detonado por el diario Reforma.

Así pues, ¿qué mira la ciudadanía? El trabajo de pinzas que realiza AMLO, a través de plazas públicas y redes virtuales. Es diseño estratégico con olfato político: no abarcar los mismos conglomerados de personas. En las plazas públicas (viajes de fin de semana, a diferentes estados de la república), la conexión multitudinaria que se busca es tradicional: adultos mayores, jefes de familia, mujeres con actividad comunitaria, obreros y campesinos. Trabaja a ras de suelo, con lenguaje sencillo, de tono popular. La plaza: estado de ánimo (generar buena vibra) y símbolo de cercanía con el pueblo que acompañó con votos el anhelo de cambio. Lo ha dicho con su marca registrada: “estoy aflojado en terracería”. La terracería es elemento democrático.

BENDITAS REDES, HASTA AHORA

EL OTRO escenario del blindaje presidencial se encuentra en las redes virtuales. Mensajes importantes de AMLO llegan por esa vía, como la petición cultural a España de “perdón por el pillaje de la etapa colonial”, o precisiones sobre asuntos candentes: combate al huachicol, cancelación del Aeropuerto de Texcoco, litigios por gasoductos.

En las redes, AMLO es emisor sin intermediarios. A pesar de sus críticos en términos generales se ha medido en sus mensajes al pueblo de México. Su modelo de comunicación se aleja de las fanfarronerías de Donald Trump, que dispara a mansalva sus políticas en Twitter sin pasar por conductos legales del gobierno estadounidense.

La apuesta por “las benditas redes sociales” radica en el futuro de la discusión pública. Cientos de miles de jóvenes se informan de esa forma y no de otra. Las nuevas generaciones, educadas en dispositivos electrónicos y plataformas virtuales de información, no renunciarán a esos espacios por los espacios tradicionales de comunicación política. No hay reversa. AMLO ha visto la fuerza de la comunicación en línea para llegar a los jóvenes. Sube mensajes donde desayuna en alguna fonda, toma un jugo de piña al lado de la carretera, habla de beisbol o de plano viste la camisola y juega (“todavía macaneo arriba de los 300”), escucha un huapango con versos en su honor o se deja apapachar por mujeres que lo rodean. En los mensajes, que suman 127 este año, la clave es la naturalidad.

Le aconsejan sin embargo evitar el exceso de pureza. Demasiada virtud es sospechosa. No

Blindaje presidencial: plaza pública y redes virtuales, raíces con innovación

Escrito por Editor

Jueves, 05 de Septiembre de 2019 00:36 -

hay hombres infalibles. AMLO no tiene que asumirse como tal. Es negra tentación de correligionarios fervorosos, situarlo en un pedestal. Por eso hay pronunciamientos y deslindes.

AL MARGEN

COMO se anticipó, el diputado Rafael Elías Sánchez Cabrales obtuvo el respaldo mayoritario para ser presidente de la Mesa Directiva en el Congreso local. Releva a Tomás Brito. Los dos de la vieja guardia de AMLO. (vmsamano@hotmail.com)