



## ANTILOGÍA

RICARDO  
MONREALricardomonreal@yahoo.com.mx  
@RicardoMonrealA

## Misión cumplida

**C**on una sola expresión, desde Tijuana hasta Mérida, el pueblo de México manifiesta su sentimiento respecto a la actuación del presidente López Obrador durante casi seis años: “¡Misión cumplida!”, “¡Sí cumplió!”, “¡No nos engañó!”.

Este sentimiento colectivo explica que el Presidente cierre su gobierno con una de las aprobaciones más altas en los últimos sexenios: rangos de 8 a 8.5 de calificación. Si hubiese reelección, AMLO ganaría con 75 por ciento de la votación; pero como no la hay, se va a su rancho de Palenque, cuyo nombre es bien conocido, con un reconocimiento superior a la media de los últimos seis mandatarios.

Algunas de las claves de este fenómeno social y político se encuentran en los siguientes aspectos: un gobernante que comunicó sentimientos y emociones antes que datos y cifras. Las mañaneras y los videos en sus redes ocuparon el diez por ciento de su tiempo de gobierno. Es decir, la comunicación política fue un factor clave. Se comunicó de manera directa, sin voceros y sin medios de por medio. El Salón Tesorería, de Palacio Nacional, se convirtió en el foro de comunicación diaria del presidente AMLO y del Gobierno de México, porque allí se anunciaban los proyectos y programas más importantes. Se volvió el foro político de mayor audiencia del país, muy superior a cualquiera de los programas y noticiarios del mismo género. La clave del éxito fueron el mensaje y el mensajero.

Ninguno de las y los periodistas que asistieron a las mil 438 mañaneras podrá decir que le censuraron alguna pregunta o que le pidieron antes su cuestionario para revisarlo. “Prohibido prohibir” fue la divisa de este ejercicio de comunicación circular, y la esgrima de datos y frases hizo a este instrumento de comunicación un foro de consulta y de visita obligada.

Pero no hay imagen sin imago. Es decir, no puede un presidente de un país pararse todos los días frente a un pódium y expresar un discurso que no tenga un referente, un asidero o una verificación con la realidad. El fondo de la comunicación del presidente AMLO fue su obra de gobierno. El hecho de que en siete de cada diez hogares hubiese por lo menos una persona beneficiaria de alguno de los 18 programas sociales del gobierno federal —que significaron una erogación histórica de 6 billones de pesos en seis años— fue la principal ancla con que la imagen y el discurso de un gobierno que afirmaba luchar contra la desigualdad encontró un referente real y verdadero. La Pensión para el Bienestar de las Personas Adultas Mayores rápidamente se convirtió en el programa estrella, en el ancla central.

El otro referente constante y sonante fue el incremento salarial histórico a lo largo de su gobierno. El aumento inicial al salario mínimo durante el primer año fue del 100 por ciento. Las mujeres trabajadoras de la industria maquiladora fronteriza fueron las más beneficiadas, pero también el nueve por ciento de las y los trabajadores del país que estaban en esta situación y que año con año vieron incrementar su ingreso salarial. El discurso presidencial adquirió carta de credibilidad frente a mesas con despensas llenas y bolsillos con recursos que ya empezaban a mitigar el gasto diario.

En fin, podríamos encontrar otras claves del éxito de este proyecto transexenal llamado 4T, pero solo con esas dos empezamos por ahora. Faltó mucho por hacer, sí, pero, sin lugar a dudas, fueron más los haberes que los deberes de la 4T entre las y los mexicanos. Si no fuera así, Morena no seguiría gobernando. ■

Faltó mucho por hacer, sí, pero, sin lugar a dudas, fueron más los haberes que los deberes de la 4T