



## MARÍA DE LOS ÁNGELES HUERTA



**ANÁLISIS** / VIERNES 15 DE DICIEMBRE DE 2023

### Porque gobernar también es comunicar

Uno de los aciertos principales del gobierno federal de la Cuarta transformación ha sido la estrategia de comunicación a través de la conferencia de prensa matutina, organizada por el presidente de México, conocida popularmente como la "mañanera".

A pesar de que una conferencia de prensa –aunque sea diaria—no puede considerarse suficiente como política pública de comunicación social, también es cierto que, gracias a ese formato de comunicación, el gobierno actual ha mantenido al pueblo de México bien informado sobre las acciones y logros más importantes del obradorismo gobernante.

Sin embargo, y a pesar de que la "mañanera" se ha posicionado como una efectiva herramienta de comunicación gubernamental y por ahora es el vehículo más importante de difusión de ejecutivo federal, la verdad es que los actuales tiempos de campañas y precampañas, exigen esfuerzos aún mayores, sobre todo si la intención es realmente contrarrestar la guerra comunicacional y electoral que ya toca a la puerta.

La oposición, que sigue en picada y a la baja, ha iniciado de manera formal la campaña negra contra el gobierno actual y la candidata puntera en las encuestas. Para el frente opositor el camino es más bien cuesta arriba, y para tratar de minimizar la diferencia de más de 20 puntos porcentuales que la mayoría de las encuestas dan en favor Claudia Sheinbaum, han realizado un primer movimiento en contra de la candidata morenista: la intentona de re-nacer la nauseabunda campaña negra de "Andrés Manuel es un peligro para México", pero ahora con algunas actualizaciones.



Seguramente los autores de la estrategia de comunicación del frente opositor, creen que obtendrán resultados similares a los de tiempos anteriores. No cabe duda que la oposición no acaba de entender que su problema principal es que no entienden que no entienden casi nada de la nueva realidad social. Es muy evidente que las cosas han cambiado radicalmente, no solo porque ahora hay un gobierno diferente, sino porque la irrupción de las redes sociales y las nuevas plataformas de información han dado un nuevo cariz al espectro comunicacional de nuestro país. Además, el pueblo sabio -- a pesar de las grandes resistencias de la oligarquía neoliberal--, ya demostró que a pesar del poder que los medios de comunicación convencionales siguen teniendo, en el 2018 algo radical se transformó en la mente de las audiencias. Un cambio profundo que llevo a López Obrador a la presidencia de nuestro país.

Alguien debería de avisarle a Max Cortázar, el ex baterista del grupo Timbiriche y actual responsable de comunicación de la candidata Xóchitl Gálvez, que muchas cosas ya no son iguales en este país. El autor de la nueva campaña negra contra el partido en el poder, nos evoca un pestilente tufo de nostalgia trasnochada: se re edita a sí mismo con una creatividad inusitada y dictamina: "Morena nos está matando"...

Se le olvida que hoy vivimos en un país en donde la inversión extranjera es más alta que nunca antes, que más de 5 millones de mexicanos han salido de la pobreza extrema, que en casi el 80% de los hogares mexicanos de recibe según tipo de programa social, y que a pesar de la pandemia y la grave crisis mundial, hoy México está en auge y desarrollo.

Lo único que Morena está matando es la corrupción y autoritarismo que antaño impidió que el pueblo pudiera tener alguna esperanza en el futuro. Hoy nadie va a creer la pobre campaña negra que la oposición desesperada trata de instalar. Es cierto, México es otro, uno en el que un futuro muy promisorio ya se deja ver. Un segundo piso de la 4ª transformación ahora encabezado por una mujer. Vaya cambio.