

La propaganda de AMLO es un éxito. Estas son las claves.

Luis Antonio Espino Oct. 7, 2020 at 6:17 p.m. CDT



Andrés Manuel López Obrador, presidente de México, sonríe durante una conferencia de prensa en Palacio Nacional el 17 de septiembre de 2020. (Alejandro Cegarra/Bloomberg)

En esas conferencias no reina la veracidad. [La firma SPIN Comunicación](#) ha encontrado que, del 3 de diciembre de 2018 al 10 de julio de 2020, el presidente sumaba 29,703 afirmaciones no verdaderas, un promedio de 73 por conferencia. Los constantes ataques del presidente a los medios revelan que no los valora como un interlocutor legítimo, sino como mero instrumento para difundir sus dichos. Las conferencias tampoco son una ventana a la información del gobierno, pues ante solicitudes ciudadanas formales, la respuesta más común de la Oficina de la Presidencia ha sido que [esa información es "inexistente"](#). Esto significa que muchas palabras del presidente no tienen sustento en información pública verificable.

Sin embargo, [las encuestas de aprobación presidencial](#) muestran [una y otra vez](#) que estas conferencias son un éxito propagandístico. Un factor clave para esto es que la comunicación de AMLO exhibe lo que la analista Catherine Fieschi identifica como [los cuatro grandes atractivos del populismo](#): simplicidad, inmediatez, transparencia y autenticidad.

Primero, la simplicidad. En sus conferencias, el presidente no habla para las élites, sino para sus seguidores. En vez de información, les da un relato en el que el "pueblo" lucha contra todo tipo de villanos, personificados en los "expresidentes corruptos", los "empresarios rapaces", los "intelectuales hipócritas", la "prensa vendida", los "tecnócratas neoliberales", las "organizaciones manipuladas por intereses extranjeros" y un largo etcétera. Con recursos retóricos como las falacias *ad hominem* (atacar a las personas en vez de refutar sus argumentos) y frases simples repetidas disciplinadamente, él logra que su relato llegue y se quede en las mentes de millones.

Segundo, la inmediatez. Las conferencias confirman una creencia política fundamental del mexicano: para resolver los problemas del país solo hace falta que el presidente quiera resolverlos. AMLO, como hacían los reyes sabios de los cuentos, se entera en las conferencias de los problemas del país a través de los planteamientos de los asistentes, y va diciendo lo que piensa y siente. Conforme pontifica, se define la acción que tomará el gobierno. Mover recursos aquí, resolver conflictos allá, dialogar con unos, investigar y amenazar a otros. "[Gobernar no tiene mucha ciencia](#)", ha dicho AMLO, y en las conferencias lo demuestra: todo se puede "arreglar" rápido con la sabiduría del "pueblo" y la voluntad del gobernante.

[Leer más: El modelo de comunicación de AMLO hunde más a México en la pandemia](#)

Tercero, la "transparencia". Si el expresidente Enrique Peña Nieto convirtió su

gestión en una [telenovela](#), AMLO transformó la suya en un *reality show*. El presidente responde, se defiende, se enoja, se burla, se ríe, insulta, regaña, acusa, absuelve, da instrucciones, [brinda consejos de nutrición](#) y toma decisiones frente a las cámaras y micrófonos durante al menos dos horas diarias, por lo que *parece* que no oculta nada. No importa que lo que dice no corresponda a la verdad. Tampoco que sus decisiones sean malas, que sus acusaciones no tengan sustento, que sus consejos no sean útiles o que las instrucciones al gabinete no reciban seguimiento. A la gente le basta saber que AMLO está ahí, a diario, "gobernando en vivo", lo que a sus seguidores les parece un acto inédito de "transparencia".

Y cuatro, la autenticidad. La relación del presidente con sus seguidores no es el utilitario "voté por ti y a cambio quiero resultados", sino un vínculo sentimental de unión para luchar contra las élites, a las que AMLO muestra su desprecio al violar todas sus reglas políticas, de lenguaje, de veracidad, de rigor técnico, de etiqueta, entre otras cosas. "Yo te acepto como eres y tú me aceptas como soy, y te defiendo de ellos porque tú me defiendes de ellos". Ese es el pacto del presidente con los suyos, una relación de lealtad que no se puede romper con evidencia estadística o con argumentos lógicos. Como lo explica Catherine Fieschi, gracias a este lazo emotivo, el líder populista tiene autorizado "decir mentiras escandalosas" y los seguidores pueden "fingir que las creen". Cuando parte de la sociedad sabe que se le está mintiendo, pero no le importa, porque alguien al fin está poniendo en su lugar a los "*enemigos del pueblo*", entramos al peligroso terreno de la tiranía de la mayoría: el poderoso no rinde cuentas porque le dice al "pueblo" lo que quiere escuchar y, a cambio, esa fracción de la sociedad le da permiso para todo.

[Escucha el podcast El Washington Post para conocer las últimas noticias en español](#)

En suma, las conferencias no deben evaluarse como un acto de comunicación institucional fallido, sino como un exitoso ritual político donde se cumple religiosamente una liturgia, se repiten las mismas frases, se cuentan los

mismos relatos, y el líder y los seguidores comulgan en el odio a los adversarios de la autonombra "Cuarta Transformación". Todo con la garantía plena de autenticidad, porque como [AMLO lo ha dicho](#): "No crean que vengo aquí ya con ideas analizadas, no. Yo vengo aquí a hablarles de manera sincera, a decirles lo que siento, lo que conozco, lo que es mi experiencia".

¿Qué hacer? Los medios tendrían que dar más énfasis a la verdad que a los dichos falaces del presidente. Los analistas podríamos dedicarle menos tiempo a escandalizarnos por lo que dice y más tiempo a explicar al público el costo de renunciar a la realidad. El sector privado tendría que poner al día sus anquilosadas estrategias de comunicación para balancear la conversación sobre su rol en la sociedad. Y la oposición tendría que aprender algo de la retórica presidencial: su capacidad innegable para hablarle a la gente con claridad.

[La hipocresía de AMLO sobre el financiamiento a los medios](#)

[AMLO aumenta su autoritarismo contra la prensa](#)

[Los ataques de bots aumentan los riesgos para los ya violentados periodistas en México](#)

[AMLO alimenta un clima de intolerancia e intimidación contra la prensa](#)

[AMLO tiene una relación tóxica con los grandes consorcios de medios](#)