



La comunicación presidencial en México: un análisis crítico de la estrategia de comunicación de AMLO

*Presidential Communication in Mexico:
A Critical Analysis of AMLO's Communication Strategy*



Autor

Gabriel Alfonso Corral Velázquez
Universidad Autónoma de Querétaro

Resumen

La política de comunicación del gobierno de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) ha sido objeto de intensos debates y análisis tanto en México como en el extranjero. Este artículo examina el papel que ha desempeñado la comunicación política en la administración de AMLO, destacando su estilo distintivo y las estrategias empleadas. Se analiza cómo estas estrategias reflejan una transformación significativa en la interacción del gobierno con la ciudadanía y los medios de comunicación. A través de un enfoque crítico, se exploran las diferencias clave entre la comunicación del gobierno actual y la de sus predecesores, centrándose en aspectos como la transparencia, la relación con los medios, el uso de las redes sociales, la polarización del discurso y la efectividad de la comunicación pública. Se examinan los impactos de estas diferencias y se reflexiona sobre sus implicaciones para la democracia. Este análisis contribuye a una comprensión de la dinámica cambiante entre el gobierno y la sociedad en la era digital en el campo de la comunicación política.

Palabras clave: comunicación política, esfera pública, polarización

Abstract

The communication policy of the government of Andrés Manuel López Obrador (AMLO) has been the subject of intense debates and analysis both in Mexico and abroad. This article examines the role that political communication has played in AMLO's administration, highlighting its distinctive style and the strategies employed. It analyzes how these strategies reflect a significant transformation in the government's interaction with citizens and the media. Through a critical approach, the key differences between the communication of the current government and that of its predecessors are explored, focusing on aspects such as transparency, the relationship with the media, the use of social networks, the polarization of discourse and the effectiveness of public communication. The impacts of these differences are examined and their implications for democracy are reflected on. This analysis contributes to an understanding of the changing dynamics between government and society in the digital age in the field of political communication.

Keywords: political communication, public sphere, polarization

Introducción

La política de comunicación del presidente Andrés Manuel López Obrador (2018-2024) ha representado una transformación significativa en la manera en que el gobierno interactúa con la ciudadanía y los medios de comunicación. Si bien ha introducido elementos de transparencia y acceso directo a la información, también ha suscitado preocupaciones en cuanto a la manipulación de la agenda mediática y el uso de la retórica polarizadora. El impacto a largo plazo de esta estrategia comunicativa en la estabilidad política y social de México sigue siendo objeto de debate y análisis.

Esta política de interacción mediática ha sido objeto de una atención considerable tanto en el ámbito nacional como internacional desde el inicio de su mandato en diciembre de 2018. Este aspecto ha sido fundamental en su administración, ya que la manera en que se comunica el gobierno impacta directamente en la percepción pública, la legitimidad del poder ejecutivo y, en última instancia, en la gobernabilidad del país.

El estilo comunicativo de AMLO se ha caracterizado por una serie de elementos distintivos que marcan una clara ruptura con las prácticas previas. Una de las características más notables ha sido la implementación de las conferencias matutinas, conocidas popularmente como *mañaneras*. Estas sesiones informativas diarias, transmitidas en vivo desde Palacio Nacional, ofrecen al presidente una plataforma directa y sin intermediarios para comunicarse con la ciudadanía, los medios de comunicación y la opinión pública en general. Este formato de comunicación no solo permite abordar temas de interés nacional en tiempo real, sino que también busca establecer una conexión emocional con la población al mostrar cercanía y accesibilidad.

A diferencia de sus predecesores, que mantenían una comunicación mediatizada y menos accesible, la administración de AMLO ha optado por una comunicación directa y frecuente con los ciudadanos, marcando una ruptura en la forma en que se relaciona el gobierno con los medios y la ciudadanía.

No obstante, la implementación de las *mañaneras* no ha estado exenta de polémica. Si bien se han elogiado como un instrumento de transparencia y democratización informativa al brindar acceso directo a la prensa y a la ciudadanía, también han sido objeto de críticas por su tono confrontativo y su propensión a desviar la atención de temas cruciales. Además, se ha cuestionado la selección de preguntas por parte del equipo de comunicación del presidente, así como la forma en que se manejan las críticas y cuestionamientos provenientes de la prensa.

Otro aspecto distintivo de la política de comunicación de AMLO ha sido su uso estratégico de las redes sociales. A través de plataformas como *Twitter*, *Facebook* y *YouTube*, el presidente ha establecido un canal directo de comunicación con millones de seguidores, lo que le permite difundir mensajes de manera inmediata y sin filtros mediáticos. Esta presencia activa en redes sociales no solo le otorga un mayor control sobre la narrativa política, sino que también le permite contrarrestar las críticas de los medios de comunicación tradicionales y llegar a sectores de la población que podrían estar marginados o desencantados con los canales de información convencionales.

Además, la retórica utilizada por AMLO en su comunicación pública ha sido objeto de análisis y debate. El presidente ha empleado un discurso que se caracteriza por una

clara división entre “el pueblo” y “la élite”, así como por la denuncia constante de la corrupción y los abusos del poder. Si bien esta retórica ha resonado con una parte significativa de la población que se identifica con las luchas contra la desigualdad y la injusticia, también ha generado divisiones en la sociedad y ha polarizado el debate político.

Este fenómeno permite debatir el concepto de espacio público en la era digital. Tradicionalmente, el espacio público se asociaba con lugares físicos como plazas, parques y calles, donde los ciudadanos se reunían para expresar sus opiniones, debatir y participar en la vida cívica. Sin embargo, con la llegada de las redes sociales y la digitalización de la información, el espacio público se ha expandido hacia el ámbito virtual, donde plataformas como YouTube y Twitter se han convertido en espacios de encuentro y debate público.

Las *mañaneras* de AMLO han adquirido una importancia aún mayor, ya que representan un espacio público virtual donde se discuten y debaten los asuntos de interés público. A través de estas conferencias, el presidente no solo comunica las políticas y decisiones de su gobierno, sino que también responde a preguntas de periodistas y ciudadanos, permitiendo un intercambio directo de ideas y opiniones. Sin embargo, este espacio público virtual no está exento de controversia, ya que se ha cuestionado la imparcialidad y la transparencia en la selección de preguntas y el manejo de la información por parte del gobierno.

Además, el uso estratégico de las redes sociales por parte de AMLO ha contribuido a ampliar el alcance de su mensaje y a consolidar su base de apoyo. A través de plataformas como *Twitter* y *Facebook*, el presidente puede llegar a millones de seguidores de manera instantánea, sin depender de los medios de comunicación tradicionales. Esta capacidad de comunicación directa y sin filtros le ha permitido contrarrestar las críticas y difundir su narrativa política de manera efectiva, convirtiendo las redes sociales en un espacio público alternativo donde se articula y difunde el discurso oficial.

Con base en esto se plantea la pregunta de investigación ¿Cómo ha transformado la comunicación del gobierno de AMLO el espacio público digital a través de las conferencias matutinas y el uso de redes sociales y *youtuberos*, y qué impacto tiene esto en la legitimidad del poder ejecutivo y en la gobernabilidad de México?

Contexto sociopolítico del sexenio 2018-2024

Andrés Manuel López Obrador participó en tres procesos electorales presidenciales (2006, 2012, 2018). El más emblemático de los tres es, con mucho, el de 2006 en el cual fue derrotado por Felipe Calderón por un mínimo .56% de los votos emitidos en urna. Luego de esto, llevó a cabo una larga campaña electoral que lo llevó a asumir la presidencia de México el 1 de diciembre de 2018, después de ganar las elecciones con una amplia mayoría, obteniendo el 53% de los votos. Su victoria marcó un punto de inflexión en la política mexicana, dado su discurso de transformación profunda y ruptura con las administraciones anteriores. Este contexto político se ha caracterizado por una serie de reformas y cambios de todo tipo, además de controversias y desafíos que han moldeado el panorama político del país.

La elección de AMLO en 2018 fue relevante por varios motivos. Participó el 63% del padrón electoral y significó un cambio hacia la izquierda en el espectro político. Rompió con la hegemonía del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN), que habían dominado la política mexicana durante décadas. Su partido, el Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) fundado en 2015, logró consolidar, con aproximadamente treinta millones de votos, una coalición amplia y diversa que le permitió obtener una mayoría significativa en ambas cámaras del Congreso.

El mandato de AMLO se ha sustentado en un fuerte apoyo popular, reflejado en su aprobación inicial, que superó el 70% durante sus primeros meses en el cargo. No obstante, en los últimos meses de administración, en el año 2024, la aprobación ronda entre el 55% y 60%, indicando una base de apoyo aún robusta, pero con signos de desgaste.

El sexenio de López Obrador ha sido un periodo de desafíos en México. En el ámbito económico, la administración ha enfrentado una desaceleración inicial seguida por una crisis provocada por la pandemia de Covid-19. A pesar de las medidas de recuperación, la economía sigue mostrando signos de vulnerabilidad, con desafíos persistentes en empleo, salarios y pobreza. En el contexto mediático, la estrategia de comunicación ha redefinido la relación entre el gobierno y los medios de comunicación, utilizando herramientas como las conferencias matutinas y las redes sociales para establecer una narra-

tiva dominante y movilizar a su base de apoyo. Esta política ha generado tanto apoyo como críticas, reflejando una polarización que ha marcado el debate público en el país.

El gobierno de AMLO ha centrado su estrategia en la implementación de programas sociales. A diferencia de los sexenios anteriores, en el discurso la política está orientada a reducir la pobreza y la desigualdad. Programas como “Sembrando Vida”, “Jóvenes Construyendo el Futuro” y “Pensión para el Bienestar de las Personas Adultas Mayores” han recibido una considerable inversión. Estas iniciativas han buscado generar empleo, apoyar a los jóvenes y mejorar las condiciones de vida de los sectores más vulnerables de la población. A pesar de estas políticas, la pobreza en México sigue siendo un desafío considerable.

Esta administración ha estado marcada por una serie de desafíos económicos significativos. Al inicio de su mandato, la economía mexicana ya mostraba signos de desaceleración. En 2019, el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) fue prácticamente nulo, registrando un aumento de solo el 0.1%. Esta tendencia negativa se exacerbó con la llegada de la pandemia de Covid-19 en 2020, que provocó una contracción económica del 8.3%,

Como respuesta a la crisis, el gobierno de AMLO implementó diversas medidas para mitigar los efectos económicos de la pandemia. Debido en parte a la política de austeridad fiscal del presidente, el gasto público se enfocó principalmente en programas sociales y proyectos de infraestructura, como el Tren Maya y la refinería de Dos Bocas.

Acercamiento conceptual

La comunicación, entendida como la producción social de sentido, se fundamenta en la relación de significados compartidos a partir de referencias simbólicas comunes en un entorno sociocultural. Esta perspectiva es crucial para comprender cómo se generan y comparten significados a través de la acción colectiva de los sujetos y su interacción con las estructuras sociales simbólicas. En este contexto, las plataformas digitales como *Facebook* y *Twitter* ofrecen un espacio rico para analizar cómo los usuarios construyen y negocian significados en sus interacciones cotidianas.

En el ámbito de la comunicación política se ha experimentado una transformación radical debido al crecimiento de las redes sociodigitales. Estas plataformas han modificado profundamente la manera en que los gobiernos se comunican con los ciudadanos, ofreciendo nuevas oportunidades y presentando desafíos sin precedentes. Estudiar las estrategias de comunicación gubernamental en este contexto es esencial para entender cómo se configuran las relaciones entre el poder político y la sociedad en la actualidad.

En exploraciones previas (Barba, 2017, 2021; Corral y Barba, 2021), se ha definido cómo se construyen sentidos en las plataformas digitales. La cultura digital se presenta como un conjunto de referentes simbólicos que adaptamos a nuestra cotidianidad en el entorno virtual. Este enfoque nos permite entender cómo los usuarios generan significados, buscan acompañamiento y participan en debates públicos en estas plataformas.

El principal desafío ha sido desarrollar herramientas metodológicas que capturen las particularidades de estos espacios digitales, permitiendo un diálogo y una interacción fluidos. Este documento detalla algunos ejemplos y reflexiones sobre las diferencias y similitudes encontradas en las redes sociodigitales *Facebook* y *Twitter* durante la investigación.

Las redes sociodigitales permiten acceder a las voces de los participantes en sus propias expresiones. Los usuarios comparten dificultades, proyecciones, experiencias y emociones, ofreciendo un rico campo de estudio para los investigadores. La observación digital permite registrar las intervenciones de manera permanente, lo que facilita la recolección y conversión de datos en material de investigación.

Bajo esta óptica, la comunicación gubernamental es una herramienta clave para cualquier administración pública. Su objetivo principal es informar, educar y movilizar a la ciudadanía, promoviendo políticas y programas gubernamentales. Históricamente, los gobiernos han utilizado medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa para transmitir sus mensajes. Sin embargo, la irrupción de las redes sociodigitales ha ampliado considerablemente el alcance y la interactividad de la comunicación gubernamental.

En este nuevo entorno mediático, las redes sociodigitales permiten a los gobiernos interactuar directamente con los ciudadanos, escuchar sus opiniones y responder a sus inquietudes de manera más ágil y personalizada. Esto no solo mejora la transparencia y la rendición de cuentas, sino que también fortalece la participación ciudadana y la democracia.

Con esta lógica, es pertinente señalar que hoy las redes sociales son ese espacio donde las condiciones para las discusiones se dan de manera igual. Estas condiciones son necesarias para hablar sobre áreas públicas, y los puntos de vista son socialmente los mismos para los asuntos públicos.

A partir de la ya clásica propuesta de Habermas (1981) sobre la esfera pública, es pertinente tener en cuenta que las diferentes instancias sociales son centrales en el análisis de la vida pública y en ello es relevante comprender que las instituciones gubernamentales son facilitadoras del proceso en el que se constituye un espacio público integral en el cual se visibilice de manera amplia el debate sobre los asuntos de interés colectivo.

De esta manera, se parte de dos conceptos clave para comprender la participación política en redes sociodigitales. Primero, *la esfera pública*, llevada al terreno de las redes, es el espacio donde la democratización del debate pasa por la visibilización de los actores que intercambian discursos de distinta índole. Las interacciones y la difusión de ideas para crear temas de interés que son parte de la forma de visualizarse en el espacio virtual, y la cantidad de usuarios participantes amplía el mundo de la discusión. Esta mayor visibilidad en las interacciones con los medios guía a las personas de regreso a su espacio y muestra cambios en las relaciones sociales.

Este trabajo apunta, como se ha señalado en otros textos (véase, por ejemplo, Barba, 2017; Corral y Barba, 2021), que el espacio ha sido reestructurado para permitir una mejor interactividad, pero predomina la concentración de medios.

Segundo, *la cultura política* de un determinado círculo social no permite romper o mantener las prácticas cotidianas de interacción política y no permite que los disidentes se presenten y construyan amplias discusiones sobre temas de interés público. En las redes sociales, las condiciones se presentan de manera igual para las discusiones,

creando un espacio ideal para hablar sobre áreas públicas y asegurar que los puntos de vista sean socialmente los mismos para los asuntos públicos.

En la última década, los medios digitales han revolucionado la manera en que los gobiernos se comunican con sus ciudadanos. Esta transformación se debe en gran medida a la proliferación de plataformas de redes sociales, aplicaciones móviles y otras tecnologías digitales que permiten una comunicación más directa, rápida y eficiente.

A escala mundial, la penetración de Internet alcanzó el 63% en 2022, según datos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). Esto significa que más de cinco mil millones de personas tienen acceso a Internet, proporcionando una audiencia masiva para la comunicación digital gubernamental. Además, la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales (IFT, 2021) y el Estudio Expectativas Anunciantes (IAB México, 2021) destacan cómo el uso de plataformas digitales se ha vuelto esencial para los mexicanos, resaltando su relevancia en la comunicación gubernamental.

De acuerdo con el informe de *DataReport* al año de 2023, el 92% de los usuarios de Internet accede a la red a través de dispositivos móviles. Esta tendencia ha llevado a los gobiernos a desarrollar estrategias de comunicación optimizadas para móviles, incluyendo aplicaciones y sitios web responsivos.

Esto ha supuesto redefinir algunos planteamientos ya considerados canónicos y que identifican la conceptualización sobre el espacio público. A partir de identificar el contexto en el cual se inscribe este análisis, se plantea una discusión que abre las posibilidades para construir una idea ampliada del ámbito de acción sobre el que se ha cimentado el concepto de esfera pública, y se pretende reconocer cómo se configura el debate público en medios emergentes como las redes sociodigitales.

Es innegable que existen referencias compartidas respecto a lo que implican los espacios de interacción pública, tanto en los espacios virtuales como en los denominados *offline*. La visibilidad contemporánea ha permitido que en ambos espacios exista un intercambio dialógico, conforme a las definiciones clásicas de Habermas (1981) y Thompson (1993). La esfera de lo público permite a los ciudadanos discutir las formas de ejercicio de poder y participar en el debate relacionado con asuntos de interés co-

lectivo. Esta idea de esfera pública, según lo establecido en la visión normativa de la política de Habermas (1981), implica el derecho a la libre expresión, es decir, la construcción de lo que en lenguaje ordinario se denomina opinión pública.

En este análisis, se explora cómo las redes sociodigitales han transformado la configuración del debate público, ampliando y diversificando las formas de participación y expresión ciudadana. Las interacciones en estas plataformas emergentes presentan nuevas dinámicas y características que enriquecen el concepto tradicional de esfera pública.

Además, las implicaciones de estos cambios para la conceptualización de la esfera pública, considerando cómo las nuevas tecnologías de comunicación influyen en la formación de la opinión pública y en la capacidad de los ciudadanos para influir en los procesos de toma de decisiones políticas. La investigación se centra en la descripción y el análisis de las prácticas discursivas en las redes sociodigitales, evaluando cómo estas prácticas contribuyen a la construcción de una esfera pública más inclusiva y participativa.

La discusión se estructura en torno a varios ejes temáticos que permiten una comprensión integral del fenómeno. En primer lugar, se aborda la evolución histórica del concepto de esfera pública, desde sus orígenes en la filosofía política clásica hasta su reformulación en el contexto de la sociedad de la información. Se examinan las contribuciones teóricas de autores clave, destacando cómo sus ideas han sido adaptadas y reinterpretadas a la luz de los desarrollos tecnológicos recientes.

En segundo lugar, se analiza el impacto de las redes sociodigitales en la configuración del debate público. Se discuten las características específicas de estas plataformas que facilitan la interacción y el intercambio de ideas, como la conectividad global, la capacidad de difusión masiva y la retroalimentación instantánea. Se considera cómo estas características transforman las dinámicas del debate público, facilitando la participación de una mayor diversidad de actores y perspectivas.

En tercer lugar, se exploran los desafíos y las oportunidades que presentan las redes sociodigitales para la esfera pública. Se discuten las tensiones entre la libertad de expresión y la regulación del discurso en línea, así como los problemas relacionados con la desinformación y la polarización. Se argumenta que, aunque dichas redes ofrecen

nuevas oportunidades para la participación ciudadana, también plantean retos significativos que requieren una reflexión crítica y una respuesta adaptativa por parte de las instituciones democráticas.

Finalmente, se propone una agenda de investigación futura que aborde las lagunas existentes en el conocimiento sobre el impacto de las redes sociodigitales en la esfera pública. Se sugiere la necesidad de estudios empíricos que examinen las prácticas discursivas en diferentes contextos culturales y políticos, así como investigaciones interdisciplinarias que integren perspectivas de la comunicación, la ciencia política, la sociología y la tecnología.

En resumen, este análisis pretende contextualizar el fenómeno de comunicación en la esfera pública digital a partir de las prácticas y estrategias comunicativas del gobierno actual, con el fin de contribuir a una comprensión de la transformación del debate público y su impacto en la democracia y participación ciudadana.

Políticas y estrategia de comunicación en las entidades gubernamentales:

CASO AMLO

Una estrategia de comunicación en los gobiernos es un conjunto planificado y estructurado de acciones y tácticas diseñadas para gestionar y dirigir la transmisión de información entre el gobierno y sus diferentes audiencias, las cuales pueden incluir ciudadanos, medios de comunicación, organismos internacionales, y otros actores relevantes. La finalidad principal de una estrategia de comunicación gubernamental es garantizar la transparencia, promover la participación ciudadana, fortalecer la legitimidad institucional y fomentar un entendimiento mutuo entre el gobierno y la sociedad.

Estas estrategias de comunicación que definen las políticas en las entidades son trabajadas por los gabinetes de comunicación y los portavoces que, a decir de Txema Ramírez de la Piscina (1995, 2007), se definen como una unidad organizativa dentro de una institución, ya sea pública o privada, que se encarga de planificar, ejecutar y evaluar las estrategias de comunicación de dicha entidad. Este gabinete tiene la responsabilidad de gestionar la imagen pública de la institución, mantener la relación con los medios de

comunicación y garantizar que la información que se difunde sea coherente y alineada con los objetivos y valores institucionales.

El gabinete de comunicación (Ramírez de la Piscina, 1995) actúa como un puente entre la institución y sus diferentes audiencias, asegurando que los mensajes lleguen de manera efectiva y oportuna. Sus funciones incluyen la redacción y difusión de comunicados de prensa, la organización de ruedas de prensa, la gestión de las redes sociales, la preparación de material informativo y la coordinación de eventos públicos. Además, el gabinete debe monitorear constantemente los medios de comunicación y las redes sociales para identificar y gestionar posibles crisis de comunicación.

Dentro de este marco, el papel de los portavoces es fundamental. Un portavoz es la persona designada por la institución para representar públicamente su voz y transmitir sus mensajes. Según Ramírez de la Piscina (2007), los portavoces no solo deben comunicar información, sino también construir y mantener la confianza y credibilidad de la institución ante sus audiencias. Para ello, es esencial que los portavoces posean habilidades comunicativas sobresalientes, un profundo conocimiento de la institución y la capacidad de manejar situaciones de presión.

El análisis de la estrategia de comunicación

La metodología utilizada para identificar estas características incluyó un análisis de las conferencias matutinas, redes sociales y programas de *youtuberos* emitidos durante el periodo de enero a abril de 2024.

En el caso de la política de comunicación de la administración gubernamental de AMLO se ha tratado de ampliar esta esfera pública mediante sus conferencias y consultas populares, aunque su enfoque polarizador y su crítica a los medios tradicionales también puede limitar el debate pluralista y la deliberación democrática.

La política de comunicación del gobierno de Andrés Manuel López Obrador se articula de manera compleja con las estrategias de comunicación empleadas por otros gobiernos en América Latina. Aunque cada país y líder político tiene sus particularidades

y contextos únicos, existen ciertos patrones y tendencias comunes en la región que permiten una comparación enriquecedora. En los últimos años, la emergencia de liderazgos carismáticos ha transformado la comunicación política en América Latina, con un énfasis creciente en la personalización de la política, el uso intensivo de las redes sociales y una relación fluctuante con los medios de comunicación tradicionales.

Al igual que AMLO, muchos líderes latinoamericanos han adoptado un enfoque altamente personalista en su comunicación política. Esto implica que el líder se convierte en el centro de la narrativa política, utilizando su imagen y carisma para conectar directamente con la ciudadanía. Ejemplos notables incluyen a Hugo Chávez en Venezuela, Luiz Inácio Lula da Silva en Brasil, y más recientemente, Nayib Bukele en El Salvador. Estos líderes, al igual que AMLO, han utilizado discursos públicos frecuentes y una presencia constante en los medios para establecer una conexión directa con sus bases electorales, presentándose como figuras cercanas al pueblo y contrastándose con las élites tradicionales.

La política de comunicación de AMLO ha sido un componente esencial de su administración, caracterizada por la interacción directa con la ciudadanía y una postura crítica hacia ciertos medios de comunicación.

Características de la política de comunicación de AMLO

Las características distintivas de la política de comunicación del presidente AMLO pueden ser identificadas mediante varios aspectos clave:

1. *Conferencias mañaneras*: Desde el inicio de su mandato en diciembre de 2018 hasta mayo de 2024, AMLO ha realizado más de mil conferencias *mañaneras*. Este nivel de comunicación directa y regular no tiene precedentes en la política mexicana. Estas conferencias constituyen una marca distintiva en la comunicación del presidente López Obrador, pues brindan al mandatario la oportunidad de dirigirse directamente al público, abordar temas de interés nacional y responder a las preguntas de los periodistas. Las *mañaneras* han surgido como una plataforma fundamental para establecer la agenda pública y han redefinido la dinámica entre el presidente y los medios de comunicación.

2. *Uso de redes sociales:* La administración de AMLO ha empleado activamente las redes sociales como herramienta de comunicación. A través de plataformas como *Twitter* y *Facebook*, el presidente y sus funcionarios comparten mensajes, anuncios y actualizaciones, evitando en muchos casos a los medios tradicionales. Algunos medios impresos y televisivos críticos de su administración, como *Reforma*, *El Universal* y *Televisa*, han sido públicamente señalados por el presidente en diversas ocasiones. Esta estrategia ha facilitado una comunicación más directa y rápida, también ha suscitado debates en torno a la precisión y calidad de la información transmitida.
3. *Retórica antimedios:* El presidente ha acusado repetidamente a algunos medios y periodistas de ser “conservadores” y de oponerse a su gobierno. Esta retórica ha polarizado el panorama mediático y ha generado tensiones entre el gobierno y determinados sectores de la prensa.
4. *Narrativa de transformación:* La comunicación de AMLO se enfoca en la narrativa de la “Cuarta Transformación” (4T), que sugiere un cambio profundo en el país equiparable a otros momentos históricos significativos en México. Esta narrativa se utiliza para enmarcar las políticas y acciones del gobierno como parte de un proceso de cambio estructural y moral, apelando a un sentido de justicia histórica y social.
5. *Movilización y participación ciudadana:* AMLO ha promovido la participación de la ciudadanía en la política y la toma de decisiones, mediante consultas populares y mecanismos de democracia participativa. Este enfoque busca fortalecer la legitimidad de su gobierno y fomentar una mayor implicación de la población en los asuntos públicos.

Si se parte de la importancia que han tenido las conferencias de prensa *mañaneras* se puede sostener que son una forma de expandir la esfera pública. Al ofrecer información directamente a los ciudadanos y permitir la interacción con periodistas, AMLO intenta democratizar el acceso a la información y fomentar un debate más abierto sobre los temas de interés nacional. Estas conferencias se presentan como un ejercicio de transparencia y rendición de cuentas, características esenciales para una esfera pública saludable según Habermas. No obstante, han construido un discurso constante contra las “élites conservadoras” y ciertos medios de comunicación, lo que ha contribuido a

una mayor polarización en México, dividiendo a la sociedad entre seguidores fervientes y opositores acérrimos.

Esto es, la relación conflictiva de AMLO con ciertos medios de comunicación plantea desafíos para la esfera pública. Habermas (1981) argumenta que los medios juegan un rol crucial en la esfera pública al facilitar el intercambio de información y la formación de una opinión pública informada. La constante crítica de AMLO a los medios tradicionales, acusándolos de sesgo y conspiración contra su gobierno, puede erosionar la confianza pública en la prensa y limitar la pluralidad de voces en el debate público.

Según datos de Consulta Mitofsky, 63% de los mexicanos aprueban las conferencias matutinas de López Obrador, mientras que 33% desaprueba esta forma de comunicar del presidente. Un 78% ha visto la *mañanera* de López Obrador ya sea completa, en segmentos o repeticiones, 22% afirma no haberla visto. Dos de cada tres mexicanos aprueban esta forma de comunicar del presidente, mientras que tres de cada 10 no están de acuerdo. Estos datos sugieren que su enfoque ha aumentado la percepción de polarización, mientras que sus mensajes críticos hacia medios específicos han incentivado una centralización del discurso en torno a su figura (Mitofsky, abril de 2020).

Este amplio alcance le permite a AMLO establecer la agenda pública de manera efectiva. La reproducción del mensaje que surge en las *mañaneras* transita a través del uso intensivo de las redes sociodigitales por parte del mandatario, por lo cual, a la luz de la perspectiva de la esfera pública, se sostiene que las plataformas digitales han transformado la comunicación política, ofreciendo nuevas oportunidades para la participación ciudadana pero también nuevos desafíos.

Con base en ello, las redes sociodigitales pueden democratizar la información, permitiendo a más personas participar en el debate público. AMLO utiliza sus cuentas para comunicarse directamente con la ciudadanía, eludiendo los filtros de los medios tradicionales. Esto puede fortalecer la esfera pública al facilitar una comunicación más directa y horizontal.

No obstante, también son un terreno fértil para la desinformación y las noticias falsas, lo que puede degradar la calidad del debate público. La rapidez y la emocionalidad con

las que se difunde la información en estas plataformas a menudo socavan el tipo de deliberación racional que Habermas (1981) considera esencial. AMLO ha sido criticado por usar las redes sociales para promover narrativas simplificadas o sesgadas, lo que podría perjudicar la calidad del debate público.

El fenómeno de *youtuberos*

En el mismo plano, dentro de las plataformas virtuales que reproducen el discurso que surge en la *mañanera*, se encuentra el fenómeno de *youtuberos* que han surgido en este sexenio y que sirven de soporte a la estrategia de comunicación del gobierno de López Obrador.

El presidente AMLO ha sabido capitalizar eficazmente el potencial de las redes sociodigitales para desintermediar la información, es decir, para eliminar intermediarios convencionales como los medios de comunicación tradicionales. Plataformas como *YouTube*, *Facebook* y *Twitter* han posibilitado que individuos se comuniquen directamente con amplias audiencias sin la necesidad de someterse a filtros editoriales.

En primer lugar, se observa que las redes sociodigitales brindan un acceso directo a las audiencias, reduciendo las barreras que usualmente limitan la difusión masiva de información. Esto ha permitido a *youtuberos* y otros creadores de contenido llegar directamente a sus audiencias, especialmente atractivas para los segmentos demográficos jóvenes que buscan alternativas informativas y de entretenimiento.

En segundo lugar, se destaca la diversificación de voces y narrativas en el espacio digital, principalmente a través del crecimiento de *youtubers pro AMLO*. Estos actores han contribuido a la creación de un ecosistema mediático paralelo que refuerza y amplifica las narrativas gubernamentales, ofreciendo una pluralidad de opiniones afines que coinciden en su apoyo al presidente. Las plataformas sociodigitales facilitan un alto nivel de *engagement* y participación por parte de los seguidores, lo que fortalece una comunidad de apoyo activa y comprometida. La comunicación bidireccional posibilita debates en tiempo real y moviliza a los seguidores para participar en acciones políticas en apoyo al presidente.

Por otro lado, muchos *youtuberos* y creadores de contenido pro AMLO se posicionan explícitamente en contra de los medios tradicionales, los cuales suelen ser criticados por el mandatario y sus seguidores por su presunta parcialidad y corrupción. Estos creadores deslegitiman a los medios tradicionales y ofrecen una “verdad alternativa”, lo que refuerza la narrativa gubernamental y presenta a AMLO como un líder que enfrenta a las élites mediáticas y políticas. La economía de la atención en las redes sociodigitales ha permitido que muchos *youtuberos* y creadores de contenido monetizen su apoyo a AMLO, generando ingresos a través de publicidad, patrocinios, donaciones y plataformas de *crowdfunding*.

Algunos ejemplos de estos canales son:

1. **El Chapucero (@ElChapuceroTODAY)**. Es uno de los canales más populares y reconocidos entre los seguidores de AMLO. Ofrece análisis político, noticias y comentarios desde una perspectiva pro AMLO.
2. **Pregoneros 4T. (@pregoneros4tnoticias467)**. Sus videos cubren una variedad de temas políticos y sociales, siempre desde una perspectiva favorable al gobierno.
3. **Juca Noticias (@24NoticiasJUCA)**. El canal se enfoca en desmentir lo que consideran noticias falsas y críticas injustas hacia AMLO, reforzando las narrativas oficiales y atacando a los medios tradicionales.
4. **Sin Censura TV (@SinCensuraTVMedia)**. Se dedica a una crítica contundente de los medios tradicionales y los opositores políticos. El canal ofrece análisis, entrevistas y cobertura de noticias.
5. **La Neta Noticias (@LaNetaNoticiasMx)**. Este canal se enfoca en destacar logros del gobierno y desmentir críticas.
6. **Charro Político (@elcharropolitico)**. Sus videos incluyen análisis de políticas, críticas a figuras opositoras y apoyo a las iniciativas del gobierno.

Estos canales de *You Tube* han surgido como una parte integral de la política de comunicación de AMLO, utilizando la plataforma para llegar a audiencias masivas, difundir narrativas favorables al gobierno y contrarrestar las críticas de los medios tradicionales. Su éxito en términos de suscriptores y visualizaciones demuestra el poder de las redes sociodigitales en la política contemporánea y la efectividad de estas estrategias para fortalecer la base de apoyo del presidente

La comunicación de Andrés Manuel López Obrador se diferencia significativamente de la de otros presidentes de México en varios aspectos clave, incluyendo la frecuencia y estilo de comunicación, el uso de plataformas digitales, la relación con los medios de comunicación, y la retórica utilizada.

El modelo se ilustraría de esta manera:

- *Núcleo inicial.* Que refiere a la *mañanera* a fuente inicial de la comunicación política
- *Agregación de audiencia.* De la *mañanera* va a los diferentes canales de comunicación. Explicación de cómo el mensaje inicial atrae seguidores, simpatizantes o adeptos.
- *Amplificación.* Youtuberos y medios afines hacen eco del mensaje.
- *Retroalimentación.* Impacto del mensaje en la opinión pública y en la agenda política, así como la retroalimentación que genera en medios tradicionales.
- *Ciclo continuo.* Regresa a redes a partir de reacciones, contra mensajes, debates, etcétera.

Esto explica cómo el modelo se fortalece desde la posición del mensaje inicial.

El esquema sería de la siguiente manera:

Figura 1. Estrategia de comunicación política. Modelo AMLO.



Conclusiones

Desde la perspectiva de Habermas, la política de comunicación de AMLO tiene elementos que tanto fortalecen como desafían la esfera pública. Por un lado, las *mañaneras*, el uso de redes sociales y las consultas populares buscan democratizar la información, hacer más accesible el debate público y fomentar la participación ciudadana. Estos esfuerzos pueden ser vistos como intentos de crear una esfera pública más inclusiva y activa, alineada con los ideales habermasianos de transparencia y participación.

Por otro lado, la relación conflictiva con los medios tradicionales, la polarización del debate público y los riesgos de desinformación en las redes sociales presentan desafíos significativos. Estos factores pueden fragmentar la esfera pública, reducir la calidad del debate y socavar la deliberación racional. La política de comunicación de AMLO, por tanto, refleja una tensión constante entre la democratización del acceso a la información y los riesgos de manipulación y polarización que pueden degradar la esfera pública.

En resumen, la política de comunicación de López Obrador, vista desde la esfera pública de Habermas, es un fenómeno complejo y multifacético. Aunque tiene el potencial de fortalecer la esfera pública al hacerla más inclusiva y accesible, también enfrenta desafíos que pueden limitar su efectividad y calidad democrática. El equilibrio entre estos aspectos determinará en gran medida el impacto duradero de su enfoque comunicativo en la democracia mexicana.

La política de comunicación de AMLO ha concentrado el discurso y la esfera pública en su figura, utilizando estrategias que, aunque democratizan el acceso a la información, también centralizan el poder comunicativo y polarizan el debate público. Esta centralización y polarización pueden tener efectos negativos en la calidad de la democracia y la deliberación en México, reduciendo la pluralidad de voces y la calidad del debate público. Mientras que AMLO ha logrado una conexión directa y efectiva con gran parte de la ciudadanía, el costo puede ser una esfera pública menos inclusiva y deliberativa, y una sociedad más dividida y confrontacional.

El modelo que se dibuja holístico y que facilita la intervención de medios no convencionales, digitales y la emergencia de canales de difusión en la plataforma *Youtube*, ha

facilitado la reproducción del mensaje que ha sostenido el discurso de la administración gubernamental de AMLO.

Referencias bibliográficas

- Barba, R. (2017). *Otaku mexicanos el análisis de la cultura participativa de aficionados a las narrativas transmediales japonesas* [Tesis de Doctorado]. Universidad Autónoma de Aguascalientes. <http://bdigital.dgse.uaa.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/11317/1390/420097.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barba, R. (2021). La indagación netnográfica de dos comunidades virtuales de maternidad como espacios de significación. *Anuario de Investigación CONEICC*, 1(27), 38-50. <https://doi.org/10.38056/2020aiccXXVII206>
- Corral, G. A. y Barba, R. (2021). Estrategia de comunicación pública y discurso en *Twitter*. En Y. Carrera Ontiveros (Ed.). *Medios, elecciones y opinión pública* (pp. 93-110). Tirant Lo Blanch.
- Habermas, J. (1981). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Taurus.
- iab México (2020) *Estudio Expectativas Anunciantes. Media Ad Spend 2020*. Xandr. <https://www.iabmexico.com/estudios/estudio-expectativas-anunciantes-media-ad-spend-2020/>
- IFT (2021) *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales*. https://somosaudiencias.ift.org.mx/archivos/01Reporte_final_ENCCA2020-2021vp2_.pdf
- Ramírez de la Piscina, T. (1995). *Gabinetes de comunicación: funciones, disfunciones e incidencias*. Bosch Editor.
- Ramírez de la Piscina, T. (2007). *Formación de Portavoces. Los movimientos sociales ante la esfera pública*. Bosch Editor
- Thompson, J. B. (1993). *Ideología y Cultura Moderna*. UAM.