

# “Las mañaneras”, una herramienta para la democratización del ecosistema mediático y el empoderamiento social

## “Las mañaneras”, an exercise for the democratization of the media ecosystem and social empowerment

Andrea Fernanda Nenetzin Turri Domínguez

El objetivo es reflexionar sobre las transformaciones en materia de comunicación política durante el mandato presidencial de Andrés Manuel López Obrador. Específicamente aquellas que contribuyen a un ejercicio democrático de comunicación. Se parte de la hipótesis de que las conferencias de prensa diarias –“las mañaneras”– promueven en su propio ejercicio una democratización del ecosistema mediático, esta dinámica comunicativa ha desplazado a los medios de comunicación masiva de su papel tradicional. La segunda hipótesis consiste en que los intereses de estos medios se han visto obstaculizados por el papel que ha cobrado La Mañanera como fuente de información y el consecuente empoderamiento de la ciudadanía, ya no sólo como audiencia, sino como fuente de opinión con medios para la transmisión de la información.

Palabras clave: “mañaneras”, democratización mediática, empoderamiento social, política de comunicación, derechos de las audiencias.

The main objective is to reflect on the transformations that are developing in the matter of Political Communication during the presidential term of Andres Manuel López Obrador. Specifically, those transformations that add up to a democratic exercise of communication. It is based on the hypothesis that daily morning press conferences promote, by means of their own exercise, a democratization of the media ecosystem. This communication dynamics has moved mass media away from their traditional role. The second hypothesis is that the interests of these media have been hindered by the role the morning press conference has taken as a source of information, and the resulting empowerment of citizens, not only as an audience, but also as a source of opinion with access to platforms to broadcast such information.

Key words: “mañaneras”, media democratization, social empowerment, communication policy, audience rights.

Fecha de recepción: 30 de enero de 2022

Fecha de dictamen: 30 de junio de 2022

Fecha de aprobación: 15 de julio de 2022

## INTRODUCCIÓN

Este artículo tiene el objetivo de reflexionar sobre las transformaciones que se llevan a cabo en materia de comunicación política durante el mandato presidencial de Andrés Manuel López Obrador (2018-2024) en México. Específicamente aquellas que contribuyen a un ejercicio democrático de comunicación. Se parte de la hipótesis de que las conferencias de prensa diarias –“las mañaneras”– promueven en su propio ejercicio una democratización del ecosistema mediático,<sup>1</sup> esta dinámica comunicativa ha desplazado a los medios de comunicación masiva de su papel tradicional. La segunda hipótesis consiste en que los intereses de estos medios como poderes fácticos se han visto obstaculizados por el papel que cobra la Mañanera como fuente de información y el consecuente empoderamiento de la ciudadanía, ya no sólo como audiencia, sino como fuente de opinión con medios para difundir la información.

En la historia política del México moderno, las estrategias de comunicación llevadas a cabo desde la Presidencia no han generado un espacio auténtico para el ejercicio de la comunicación con la población, más que desarrollar espacios para la participación y la rendición de cuentas garantizando el libre acceso a la información, se crearon simulaciones de espacios de información, oficinas especiales para la creación de discursos y medios al servicio del gobierno para la transmisión de esos mensajes. La falta de transparencia y credibilidad en la información transmitida los ha convertido, para gran parte de la sociedad, en cómplices de manifestar y transmitir una versión –encargada– de la realidad o la noticia, asentada en los intereses compartidos de clase. Al pasar de los años, esta compleja situación condujo a la sociedad, en su mayoría, a tener desconfianza hacia la información que transmitían los medios de comunicación, quienes históricamente desempeñaron un papel de motor y coautor de las estrategias de desinformación y censura. Frente a ello, la política de comunicación que se desarrolla en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) resulta novedosa, pues en materia de comunicación institucional federal nunca había existido un ejercicio de

---

<sup>1</sup> Se entiende al estudio del ecosistema como el análisis entre las relaciones de los organismos entre sí y su entorno (factores bióticos y abióticos). Desde el punto de vista de la comunicación, en el ecosistema mediático los factores bióticos incluyen todo lo que se refiere a las relaciones entre las poblaciones, es decir, la dependencia entre los elementos de la misma población, y entre ésta y otras poblaciones. Los factores abióticos se relacionan con la forma como el ambiente afecta a la comunidad y, a su vez, cómo éste es afectado por ella. Así los teóricos de la comunicación especializados en el ecosistema mediático se dedican a estudiar cómo los medios influyen en las percepciones, la comprensión, los sentimientos y los valores humanos (Canavilhas, 2011:15).

diálogo circular entre el gobierno, la sociedad y los medios de comunicación, como lo permiten los escenarios que la Cuarta Transformación<sup>2</sup> (4T) desarrolla.

El hecho de que el gobierno de México, encabezado por Andrés Manuel López Obrador, haya generado un espacio de comunicación activa y circular resulta primordial. En primer lugar, dada la relación que ha existido históricamente entre los medios y el poder, era necesario crear los propios espacios de comunicación política para menguar el efecto de la propaganda y la infodemia. En segundo, era imperativo tener un canal de comunicación directo con la ciudadanía para explicar la trascendencia de las transformaciones que se llevan a cabo sin que tuviera que pasar por las líneas editoriales y entonces el mensaje se tergiversara para impedir que la sociedad en su conjunto reconozca por ella misma lo que se informa. Es decir, este espacio permite que la ciudadanía utilice su propio criterio para tomar decisiones referentes a la política de México y, en su mayoría, tiene la oportunidad de dejar de ser público expectante.

Algunos medios de comunicación intentan vejar el espíritu democrático y plural de estas conferencias, haciendo creer que son espacios de manipulación de la información y de censura o que sirven como mecanismos para dictar la agenda. Lo cierto es que en las democracias consolidadas uno de los espacios por excelencia para medir su calidad, son justamente las conferencias de prensa, es así que este artículo tiene por objetivo reflexionar sobre el hecho de que La Mañanera es un espacio democrático de comunicación política activo, con una dinámica multidireccional de comunicación en beneficio de la democratización del ecosistema mediático.

## LA CONSTRUCCIÓN DE LA VIDA POLÍTICA MEDIANTE LA COMUNICACIÓN

Según la corriente del interaccionismo simbólico de George Herbert Mead, la realidad social se explica y se construye por medio de las interacciones de los individuos y los grupos sociales, una parte importante de esta interacción se desarrolla a partir de la comunicación entre sus miembros, como una herramienta fundamental para la creación de significados, el entendimiento, funcionamiento y organización común. En lo individual, la personalidad se construye en ese ir y venir de elementos objetivos

---

<sup>2</sup> Se refiere al ideal de gobierno impulsado por Andrés Manuel López Obrador que se basa en los principios de no mentir, no robar y no traicionar el proyecto democrático. La 4T se refiere a la deconstrucción, reconceptualización y ejercicio de la vida política en México. La primera transformación de México tuvo lugar con el movimiento de Independencia, la segunda surgió con las Leyes de Reforma, la tercera sucedió en tiempos de la Revolución y la cuarta se desarrolla en la lucha por la debacle del neoliberalismo.

y subjetivos en la comunicación, en lo social, es la interacción de los sujetos en lo común lo que desarrolla su sentido político. De tal forma que la construcción de la vida política de una sociedad está ligada a la comunicación e interacción de sus partes, Javier Esteinou (2006) señala que:

La comunicación como una práctica de efectos profundamente materiales recorre transversalmente la constitución misma de la sociedad y el sujeto e, inversamente, hace posible su transformación. Al comprenderla de este modo resulta ineludible articular el estudio de la comunicación al de la política, entendida como las formas de (des)institucionalización y (re)organización de las relaciones sociales que están basadas fundamentalmente en el conflicto. A la vez, la ciudadanía configura una matriz identificatoria que vincula a los sujetos con la totalidad social, con el Estado o lo público, con el sistema político.

## COMUNICACIÓN POLÍTICA

En esta reflexión se retoma el concepto de Dominique Walton (1992:31), quien define a la comunicación política como “El espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: el gobierno, los periodistas y la opinión pública, esta última a partir de sondeos de opinión”. Desde esta concepción, el primer actor de la comunicación política es el gobierno; en este sentido, Meyenberg (2019:7) explica que “la dimensión comunicativa de una institución radica en que su supervivencia está ligada a la capacidad que tenga para: definirse, mostrar sus objetivos, justificar sus acciones e implicar a los demás en ellas”.

Para el análisis del caso consideramos como primer actor al actual gobierno de México, encabezado por el presidente Andrés Manuel López Obrador; sus políticas en materia de comunicación marcan un precedente en comparación con los formatos desarrollados en los gobiernos neoliberales de las últimas décadas. Este gobierno, en su carácter democrático, se propone incentivar la comunicación interactiva gobierno-ciudadanía, para potenciar el desarrollo de la participación y así abandonar la idea de que sólo a partir de los medios de comunicación tradicionales es que se puede establecer un diálogo con el gobierno o que sólo mediante éstos se puede conocer la información relativa al quehacer del gobierno y su rendición de cuentas. Si entendemos la información como materia prima para la reflexión, el debate y la organización, el gobierno se ha dispuesto a informar, pero también a recoger el sentir de la ciudadanía,

la crítica de los medios de comunicación y el conocimiento de los especialistas, para generar un diálogo circular real.

El segundo actor de la comunicación política son los y las periodistas, quienes tienen como labor sustantiva dar a conocer a la sociedad la información de una forma veraz e inteligible para construir un puente de comunicación y una sinergia que haga posible la participación democrática en la construcción de la vida política. Gerardo Albistur (2017:218) señala:

En el plano de la comunicación, la construcción de la democracia ha sido, históricamente, una lucha permanente en dos frentes: primero, por la abolición de toda forma de restricción en la difusión de las noticias y opiniones y, segundo, por la disposición y el acceso a una información pública inteligible y veraz [...] El objetivo último del periodismo es fomentar el entendimiento del entorno político, económico, social y cultural, para lograrlo, este tipo de contenidos mediáticos son el resultado de una serie de filtros que transforman los datos en mensajes [...] Estos filtros integran el proceso de planeación, reporte, edición y presentación de información. Sin embargo, en lugar de un recuento de primera mano, en no pocas veces lo que el medio difunde es una realidad creada.

En el caso de México, estos filtros más que referirse a la pluralidad de visiones sobre un mismo tema y de una misma fuente, regularmente responden a los intereses que tengan los grupos de poder en relación con lo que se informa, de tal modo que más allá de hacer llegar la información objetiva a la audiencia, imprimen en ésta un enfoque y un encuadre para influir en la opinión de la ciudadanía sobre las decisiones del gobierno. Por lo tanto, es importante revisar la consolidación de los medios de comunicación en México, para reconocer el uso que se le da a la transmisión o censura de la información. Esta guerra mediática forma parte de la vida cotidiana de los y las mexicanas desde hace muchos años, y es uno de los factores que componen el resquebrajamiento del tejido social. Esa pérdida de valores de la que tanto se habla en estos tiempos, tiene mucho que ver con la pérdida del valor de la verdad, su importancia para la construcción de relaciones sociales éticas, su vitalidad en la construcción y desarrollo de un gobierno democrático.

El tercer actor en el triángulo de la comunicación política es la opinión pública. Sin embargo, esta categoría ha cambiado en su manifestación, pues la opinión de la sociedad ya no es medida únicamente por medio de sondeos, sino que gran parte de ésta ha configurado un propio medio de comunicación dentro de la red, lo que le permite expresar su opinión. De tal forma que lo que se reconocía como opinión pública, hoy se ha transformado en audiencia, fuente y medio. Entendiendo la política

como un quehacer continuo y colectivo, en el que la comunicación resulta pieza fundamental, pues funciona como un elemento de empoderamiento social en diferentes niveles, es decir, potencializa la democracia, ya que “al existir una ciudadanía informada, competente, instruida, debidamente preparada para la toma de decisiones colectivas y el control de los gobernantes” (Aceves, 2013) podemos hablar de una democratización de la comunicación efectiva.

Este flujo de información tiene diferentes canales de tránsito, ejemplo de esto son los nuevos espacios informativos en las plataformas digitales o los comités que se forman en distintos sectores de la sociedad para reflexionar sobre los asuntos públicos, pero el alcance en la transmisión de información de los medios de comunicación masiva, sigue siendo dominante, y por lo tanto es un terreno donde se debe dar una lucha frontal en contra de la censura y tergiversación de la información, es una lucha por el derecho a las audiencias. Es decir, no basta con que internet exista para hablar de libertad de expresión, de democracia en la información o mucho menos de transparencia; contrario a lo que se pensaba sobre el papel democratizador de las redes sociales, hoy se sabe que su potencialidad para transmitir información de todo tipo, sin rigurosos controles de contenido, genera una ola de censura democrática, determinada por la sobreabundancia de información que limita la capacidad de los ciudadanos para establecer criterios de relevancia y, como consecuencia, una difusión masiva de noticias falsas.

La participación colectiva con un enfoque de educación popular y participación comunitaria, que se desarrolla a partir de las diferentes redes de comunicación o espacios de comunicación públicos, genera una sinergia en la sociedad que ha permitido abrir canales para la manifestación de las diferentes voces.

Una de las formas actuales más evidentes de exclusión ciudadana se sitúa en la desposesión del derecho a ser visto y oído, que en ocasiones se corresponde con existir-contar socialmente [...] En esta línea, el proceso de desentrañar y quebrantar el paradigma mercantilista de la comunicación y del sistema de medios, conlleva la reivindicación de la comunicación como derecho humano, la deslegitimación de los monopolios informativos, la promoción de los medios públicos, alternativos y comunitarios, y el fomento a las producciones nacionales y locales en tanto claves insoslayables para la democratización de la comunicación (Saintout, Varela, Bruzzone, 2015:427).

Así, la ciudadanía entendida como práctica comunicativa y política en el espacio público genera un empoderamiento social. Rowlands (1995:103, citado en Orsini, 2012:952) lo considera un concepto freiriano, pues “los individuos empoderados se convierten en sujetos de sus propias vidas y desarrollan una conciencia crítica, es decir, comprenden su entorno social, lo que los conduce a la acción”:

Entendemos, de este modo, que la comunicación se reconoce como constitutiva de la ciudadanía en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas; pero también porque dota de existencia pública y política a los sujetos permitiendo verse-representarse ante sí mismos y los demás. Este reconocimiento de la comunicación como condición de posibilidad de la ciudadanía es, a la vez, condición de posibilidad de la política y de nuestras democracias (García, 2015).

Desde este enfoque, la opinión pública deja de ser una medición estandarizada para reconocerse como el motor de la transformación política y social.

### EL USO FÁCTICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

En México, los medios de comunicación se han utilizado como herramienta de manipulación de la sociedad al servicio de los intereses del gobierno. No sólo censuran la información, sino que son cómplice de alteraciones al estado de derecho. En concordancia con Aceves (2013): “Los medios no son un actor más con mayor o menor incidencia en los asuntos políticos, sino que son actores fundamentales en la determinación –construcción o deterioro– de la gobernabilidad”. Por su parte, Raúl Trejo Delabre (2004), explica claramente la esencia del poder fáctico:

[...] fue a partir del momento histórico en que los medios ocuparon el lugar central en la conformación de la estructura del poder ideológico contemporáneo de nuestro país que se constató que si a mediados del siglo XX el Estado mexicano estaba constituido por los tres poderes formales autónomos y divididos entre sí (el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo y el Poder Judicial) a principios del siglo XXI, en términos reales, el Estado mexicano cotidiano quedó compuesto por cuatro poderes concretos: tres poderes formales tradicionales y un reciente poder *fáctico*, que es el nuevo *Poder Mediático*. Este último poder, cada vez más, debido a sus nuevas y grandes capacidades tecnológico-sociales, silenciosamente frente a nuestras narices, conquistó grandísimas cuotas de poder e influencia que lo convirtieron ideológica y políticamente en el *Poder del Poder* que progresivamente subordinó y presionó al resto de los tres poderes constitucionales del Estado-nación para someterlos a su voluntad mediático empresarial e imponer su proyecto de construcción de sociedad, de economía, de política y de seres humanos.

Al reflexionar sobre cada una de las funciones y efectos sociales que desarrollan sobre la sociedad los medios de comunicación, es evidente que son enormes instituciones ideológicas que definen la manera como la sociedad percibe la realidad, pues sus recursos para transmitir significados que se incorporen a la sociedad son enormes; en este sentido,

Verónica Longo (2005) apunta: “El medio –como instrumento– ha servido para propagar y reproducir ideologías diferentes en forma de valores, testimonios, opiniones. Cual, en un circuito económico, la producción, circulación y consumo de mensajes mediales ha posibilitado una mayor o menor influencia sobre los sectores sociales”.

El quehacer del periodismo mexicano estaba ligado a un régimen de gobierno donde la censura y la persecución obligaron a la mayoría de las y los periodistas a desarrollar su profesión sin libertad y muchas veces autocensurándose. Al reconocer a los medios de comunicación como un poder fáctico, es imposible percibirlos meramente como el vehículo que tienen las y los periodistas para la transmisión de la noticia; de tal forma que en este triángulo de comunicación que nos presenta Dominique Walton, debemos incorporarlos –en la reflexión– como figura importante en la transmisión de las ideas de cada uno de los primeros tres grupos, sin embargo, el uso fáctico que se le da a estos espacios, genera una descomposición en el desarrollo de un ecosistema mediático democrático.

Según las definiciones revisadas, se puede pensar que basta con que exista un gobierno con perfil democrático para que los otros actores de la comunicación política puedan desarrollar su papel libremente; sin embargo, en la realidad mexicana no es así. Justamente la construcción de los medios de comunicación como un poder fáctico es lo que sigue siendo un obstáculo para la democratización de la información. Javier Esteinou (2006) conceptualiza como Estado híbrido a la transición del poder mediático como un poder fáctico, al ejercicio de un poder real sobre las estructuras y la gobernabilidad.

Así, el surgimiento del Estado híbrido en México no corresponde a una simple faceta más de evolución natural de la misma trayectoria del Estado tripartita republicano convencional que surgió desde la Tercera República Nacional, sino que se refiere a una nueva etapa de mutación completamente nueva que dio origen a otro novel fenómeno histórico donde la rectoría de la nación, además de ser conducida por los habituales tres poderes públicos constitucionales, ahora también es combinada, compartida o disputada cotidianamente por la intervención de los poderes fácticos mediáticos. De esta forma, ya no sólo actúan como instrumentos externos de presión sobre el Estado tradicional, como sucedió hasta el último tercio del siglo XX, sino que, a partir del intento de la transición a la democracia en México, del año 2000 en adelante, su fuerza rectora sobre la sociedad avanzó de tal forma que ahora ya son parte de la misma estructura, de la dinámica y del núcleo del Estado *real* que actúa informalmente todos los días en el país. Así, lo novedoso y central del Estado *híbrido* es que los medios no sólo actúan como poderes fácticos para influir o presionar sobre el Estado tradicional, sino que ahora ya evolucionaron a formar parte del corazón del mismo. Es decir, sin

ser reconocidos oficialmente como parte constitutiva de la médula del Estado, se convirtieron paulatina y silenciosamente en elementos centrales del mismo.

Investigaciones recientes del grupo de trabajo Comunicación, política y ciudadanía, del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso), comparten una visión sobre el poder que ejercen estos medios de comunicación masiva sobre los gobiernos de izquierda o progresistas que se han gestado en la región a inicios del siglo XXI:

[...] los medios de comunicación masiva instituyen un sentido común que asocia las políticas de inclusión social con populismos, fascismos y dictaduras; y colaboran fuertemente con el desprestigio de los gobiernos progresistas y de izquierda, construyendo unas agendas donde el argumento de la corrupción público-estatal se convierte en uno de los principales focos de la ofensiva neoliberal [...] Todo ello se da en el contexto de un neoliberalismo en crisis, pero que en sus fuerzas por resistir parece avanzar en la derechización de las democracias latinoamericanas, representado por una serie de poderes que se erigen como sus enemigos a las luchas populares y a la regulación de la comunicación como un asunto de Estado. Y allí, los medios de comunicación masiva, entendidos como empresas que representan determinados intereses regionales y globales, ponen en juego una serie de operaciones semióticas y políticas que evidencian sus objetivos toda vez que demonizan al Estado y a la política, que se creen dueños de la historia y atentan contra las memorias colectivas y las luchas de los pueblos (Saintout *et al.*, 2015:428).

Respondiendo a los intereses de las élites neoliberales, el papel de los medios de comunicación masiva consiste en tergiversar la información, hacer uso de la propaganda o la mentira, impedir la transmisión de las diferentes opiniones en la sociedad y poner obstáculos a la reconstrucción democrática de la comunicación.

#### LA CUARTA TRANSFORMACIÓN Y LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En materia de comunicación, las transformaciones que se llevan a cabo en el gobierno de la Cuarta Transformación son sumamente importantes, ya que cuando se habla de la separación entre el poder político y el económico, como una de las características esenciales de la 4T, en materia de comunicación resulta completamente relevante.

La sujeción del poder político al poder mediático representa un obstáculo para el ejercicio democrático ciudadano. Una de las razones principales por las que se presentan en páginas anteriores los vínculos entre los medios de comunicación y el gobierno, es porque en esa relación histórica se concentra parte del *modus operandi* de

la clase política mexicana y, en esa correspondencia, el lenguaje del discurso oficial fue sistemáticamente desvirtuado.

A la manipulación se le llamó solidaridad, al saqueo se le denominó rescate, la opacidad y el encubrimiento fueron bautizados como confidencialidad, información reservada o protección de datos personales, a la apropiación indebida de bienes públicos fue llamada desincorporación y la corrupción fue denominada licitación o adjudicación directa. La falsificación regular y sostenida del lenguaje es uno de los factores que explican la bancarrota política en la que desembocó el régimen oligárquico y neoliberal: el escepticismo social ante la palabra de las autoridades terminó convirtiéndose en repudio general porque, a fuerza de mentir, los gobernantes llegaron al total agotamiento de su credibilidad (López, 2019).

En México, no sólo es que los medios convencionales privados sirvieran a los intereses del gobierno, sino que se convirtieron en gobierno, la misma clase empresarial dueña de los medios de comunicación, también son los dueños de las mineras, de las empresas constructoras, de los bancos, de los consorcios más importantes a nivel nacional y en algunos casos mundial. Por lo tanto, la transformación de las estructuras de poder que representa el gobierno de Andrés Manuel López Obrador ha impulsado a esta clase política empresarial a utilizar todos sus medios –que son muchos– y todos sus recursos –que son más– para entorpecer las transformaciones que les incomoden o que pongan en peligro sus llamados privilegios.

La nueva política de comunicación cambió los lineamientos a seguir para el otorgamiento de las concesiones y, con ello, impulsa el desarrollo de la democratización del ecosistema mediático mexicano. Dentro de estos nuevos ejes destaca el que ningún medio de comunicación podrá tener más del 25% de publicidad a su cargo; así, el financiamiento millonario que recibían unos cuantos medios, ahora podrá ser repartido equitativamente, de acuerdo con las necesidades que convengan, dependiendo el tipo de mensaje y sobre todo tomando en cuenta las características de la población a la que se desea hacer llegar la información, su idioma, las condiciones materiales en las que se desarrollan y los medios locales de difusión con los que cuentan. Con esto se da un golpe fuerte al financiamiento ilegal que recibían muchos de los medios de comunicación o sus periodistas y se abre la posibilidad para que diferentes medios públicos, comunitarios y privados accedan al financiamiento y con esto la multiculturalidad de la información se reproduzca.

Otro lineamiento importante es la prohibición de erogaciones por concepto de publicidad, notas favorables, entrevistas o imágenes con fines de promoción. Dentro de este enfoque democratizador, por una parte se libera al periodismo del oficialismo

para dar paso a un periodismo libre y crítico garantizando el ejercicio de la libertad de expresión y, por otra, se rompe la relación mercantil entre los medios y el gobierno, prohibiendo la propaganda para darle paso a la información directa. De esta forma se genera un escenario de transparencia, lo que ha hecho resurgir la credibilidad en el gobierno. Para que este nuevo enfoque se desarrolle, es fundamental el uso de los canales de comunicación en internet, pues muchos medios, casi todos opositores al régimen, han desatado una ola de manipulación de la información a partir de sus espacios, que persiguen deslegitimar las acciones que lleva a cabo la Presidencia. Esto no ha hecho más que mostrar los nexos de un grupo de periodistas, políticos, columnistas, intelectuales o académicos que forman parte de la clase política conservadora y que intentan a toda costa no perder sus privilegios.

En este sentido, la integración de todos los medios de comunicación que dependen del Estado en el Sistema Público de Radio y Televisión apuntala una oportunidad para que el periodismo y la ciudadanía se puedan rearticular. En la conferencia de prensa transmitida el 23 de enero de 2019 titulada “La prensa se regula con la prensa”, el presidente de México comentó lo siguiente:

Este es un sistema constituido legalmente y que tiene como propósito armonizar y coordinar todos los medios del Estado, el sistema de radio y televisión [...] sucede que se tienen muchas estaciones de radio, incluso una agencia de noticias del Estado, pero no hay una política de gobierno en lo relacionado con la comunicación social que garantice el derecho a la información, entonces se va a crear este sistema, se va a coordinar a todos los medios para que haya una orientación editorial que tenga como propósito informar con objetividad, con profesionalismo, con independencia. Aun siendo estaciones de radio y canales de televisión del Estado, no va a haber injerencia en la información que se transmite. Van a tener estos medios absoluta autonomía, el propósito es informar profesionalmente.

En este sentido, se refuerza la idea de que los medios públicos son medios de y para los ciudadanos, por lo tanto su labor radica en dar acceso a la información abriéndose a su audiencia, generando sinergias que garanticen la libertad de expresión plural y la transmisión de esas ideas, un periodismo que integre las diferentes voces que expresan sus propias realidades, para así hablar realmente de una democratización de la información con un objetivo fundamental de empoderar a la ciudadanía y construir políticamente juntos.

Otro cambio medular dentro de la política de comunicación es el que se refiere a la reducción del 50% en gasto en publicidad oficial durante el primer año en la Presidencia. Esta medida se tomó en congruencia con el principio de austeridad

republicana y ha sido posible sostenerla debido a que el gobierno cuenta con sus propios canales de difusión y transmisión de la información, como son los canales del SPR y específicamente los canales en YouTube –Andrés Manuel López Obrador y Gobierno de México. De tal forma que para el ejercicio de 2019, el presupuesto aprobado fue de 4 711 000 mil pesos. En sexenios anteriores se gastaba más del doble de este presupuesto,<sup>3</sup> pues durante años fue común que se traspasara el tope de gasto asignado, sin que hubiera alguna consecuencia, incluso cuando múltiples veces se demostró que ese gasto se ejercía para la manipulación de la información. Los medios de comunicación que pertenecen o que abogan por la clase política conservadora, opinan que la reducción del gasto en publicidad oficial significa un golpe a los medios de comunicación y sugieren que se utiliza como mecanismo de censura o de castigo. Sin embargo, lo que ellos no asumen es que la publicidad oficial no es algún tipo de subsidio, es un derecho público.

Este gobierno sabe que la información es poder y que la organización es fuerza. En su carácter democrático, se propone incentivar la comunicación interactiva gobierno-ciudadanía, para potenciar el desarrollo de la participación y así abandonar la idea de que sólo a través de los medios de comunicación tradicionales se puede establecer un diálogo con el gobierno o que sólo mediante éstos se puede conocer la información relativa a la rendición de cuentas. Entendiendo la información como materia prima para la reflexión, el debate y la organización, el gobierno se ha dispuesto a informar, pero también a recoger el sentir de la ciudadanía, la crítica de los medios de comunicación y el conocimiento de los especialistas, generando un diálogo circular real. Las conferencias presidenciales son un escenario importante desde donde se puede reconocer esta sinergia democrática. Ya no hay oficinas que escriban discursos en la Presidencia, en esta ocasión hay congruencia entre lo que se dice y hace, lo cual permite que haya un verdadero ejercicio en la rendición de cuentas.

## CONCLUSIONES

Las conferencias de prensa matutina del gobierno de México son un ejercicio diario de comunicación social, política y presidencial. Tienen como objetivo incentivar la comunicación interactiva gobierno-ciudadanía, para potenciar el impacto de la acción gubernamental en el bienestar de la población, para respetar el derecho a la información de las audiencias y cumplir con la obligación de rendir cuentas a la ciudadanía. Desde

---

<sup>3</sup> Secretaría de la Función Pública, Partidas 36101 y 36201.

el primer día de funciones en el gobierno, Andrés Manuel López Obrador convoca a una conferencia de prensa diaria a las 7:00 de la mañana tras haber participado en la reunión diaria de seguridad,<sup>4</sup> desde este escenario se desarrolla una práctica de dimensión comunicativa de la institución. Regularmente estas conferencias se llevan a cabo en el salón de la Tesorería en Palacio Nacional, sin embargo, durante las giras presidenciales por el país, esta dinámica de información no se detiene y “las mañaneras” se desarrollan en diferentes espacios, acondicionados para recibir a los medios de comunicación y transmitir en vivo.

Además de ser una conferencia de prensa diaria, razón suficiente para asombrarse ya que ningún otro gobierno en México había decidido dar paso a la democratización de la información, se ha convertido también en escenario de distintos procesos interesantes de comunicación que vale la pena observar.

Sabemos que la dimensión comunicativa de una Institución radica en que su supervivencia está ligada a la capacidad que tenga para: definirse, mostrar sus objetivos, justificar sus acciones e implicar a los demás en éstas. De tal forma que al observar “las mañaneras”, podemos encontrar que cumplen con cada una de estas características y por lo tanto representan el nido de la dimensión comunicativa del actual gobierno de México. No existe un solo anuncio, comercial o convocatoria, es decir, publicidad que invite a informarse a través de la Mañanera, sino que ésta se presenta como un espacio desde el gobierno para rendir cuentas, para informar, para dialogar; tan es así que gran parte de la sociedad acostumbrada a un ambiente de manipulación de la información, ha roto el bloqueo de comunicación que ejercían los medios tradicionales al reconocer a estas conferencias de prensa como fuente de información, permitiendo que las reflexiones que la audiencia realice sobre lo acontecido respondan a sus intereses de clase, a su propia realidad y no a un enfoque editorial.

“Las mañaneras” funcionan como espacios de rendición de cuentas desde un enfoque integral que permite a la sociedad conocer e involucrarse en la reflexión sobre el proceso de transformación que se vive en el país. Con la intervención de las y los funcionarios públicos en la Mañanera, podemos ser testigos por primera vez del desempeño de las labores que se llevan a cabo en los diferentes sectores que componen al gobierno. Es decir, conocer las caras, las voces y la forma de pensar de los servidores de la nación que se presentan ante la prensa y la audiencia para informar al pueblo de México todos los

---

<sup>4</sup> Reunión a la que asisten el presidente y los titulares de las secretarías de la Defensa Nacional, Marina-Armada de México, Gobernación, Seguridad y Protección Ciudadana, así como el comandante de la Guardia Nacional para recibir el parte de lo que sucede en todo el país y tomar decisiones para alcanzar la paz y la tranquilidad de los mexicanos.

días. De esta manera se pueden conocer de cerca las instituciones, saber cuál es su labor concreta, el desarrollo del proyecto planteado, su financiamiento, los obstáculos y las proyecciones. Esta comunicación genera un vínculo y representa una forma de hacer gobierno distinta a la que habíamos vivido durante el antiguo régimen.

Algunas veces este espacio se convierte en un ágora, diferentes voces con distintas perspectivas opinan respecto de un tema en común, aunque esto nos hace pensar que existe una proliferación del periodismo libre y crítico y así se expresa, pero en general no es así. Muchas veces las y los periodistas que participan en la conferencia hacen cuestionamientos con base en información tergiversada o especulativa y esto genera consecuencias para la transparencia en la información. En este sentido, la Mañanera sirve también como una plataforma para dismantelar estos espacios informativos y dar paso a la rendición de cuentas. Muchos de los y las periodistas que asisten a las conferencias de prensa, llevan los temas de interés de la oposición a la Mañanera, utilizando el espacio como tribuna para dar a conocer su punto de vista sobre algún tema en específico, la mayoría de las veces el debate entre perspectivas termina por esclarecer los intereses que soportan la versión de los implicados. La libertad de expresión está ligada al derecho de réplica, y en ese diálogo circular se a delinear las necesarias diferencias entre la información que proporciona un medio y la opinión de éste.

Los medios de comunicación tradicionales, específicamente los de difusión masiva, además de ser voceros de la clase conservadora, tergiversan la noticia y con ello le dan paso a la infodemia, es decir, a las noticias falsas, al enfoque contradictorio y a la propaganda. La infodemia no es sólo un problema de contenidos falsos exagerados o de medias verdades, es un desafío, pues pone en riesgo el libre ejercicio en la toma de decisiones de los ciudadanos y promueve una cultura de la desinformación que merma el tejido social. Estas noticias falsas a las que alude la infodemia, no son errores de publicación por falta de información sino noticias que se emiten con un propósito específico: desinformar a la audiencia. La falta de mecanismos para el análisis y la verificación de la información propicia el aumento de esta tendencia, ya sea mediante la tergiversación, la manipulación, la caricaturización o la mera falsedad, aprovechan la delgada línea que sostiene el debate en temas como libertad de expresión y acceso a la información.

La ciudadanía tiene un rol importante dentro de este proyecto para alcanzar la democratización del ecosistema mediático: apelar a los derechos de las audiencias. La lucha ha sido larga, el último movimiento social que se organizó para exigir la democratización del ecosistema mediático fue el #YoSoy132, aunque en su momento dejó claro el papel de los medios, específicamente las televisoras, como espacios de propaganda y confabulación política, no existió algún cambio legal que sancionara

negar el derecho a la información veraz. El alcance de la transmisión de la Mañanera es tan grande que ha permitido la organización social para denunciar las noticias falsas en cuestión de horas. Es decir, además del derecho de réplica que tienen todos los mencionados, la ciudadanía se ha convertido también en fuente de información y de denuncia. Esta participación social ha permitido que la información real se difunda y desenmascara a los medios y periodistas que mienten a la audiencia y, aunque éste debería ser un derecho establecido en las diferentes leyes de comunicación, por ahora sigue siendo un ejercicio social.

“Las mañaneras” se han convertido también en un espacio de reflexión, un salón de clases donde se analizan conceptos, ideologías, políticas y personajes. Un espacio para la memoria en el que se pone atención a la historia y con ésta se explican las decisiones que se tomaron en otros tiempos, favorables o no; la idea del ejercicio es la reflexión crítica sobre las condiciones objetivas de la realidad que estuviera presente. Este ejercicio sirve para poner en contraste muchas de las posiciones políticas actuales que siguen respondiendo a los mismos intereses económicos del pasado y facilita el comprender críticamente las decisiones del gobierno en el presente.

Esta transformación de la vida pública mediante la comunicación es un ejercicio de la democracia. De ahí la importancia de que el gobierno de la Cuarta Transformación haya decidido generar un espacio de información y debate abierto con el fin de cumplir con la obligación de informar a la ciudadanía, ofreciendo un espacio a las y los periodistas para que realicen su labor sin la censura que históricamente ha marcado su trabajo. Es decir, no hay boletines oficiales, ni discursos armados, hay transparencia en la información, hay ronda de preguntas y respuestas libres, por lo tanto, el enfoque que cada medio de comunicación decida darle a la noticia, obedecerá a los intereses que defienda, mientras que ningún periodista será perseguido por ejercer ese derecho a la libertad de expresión. Este planteamiento ha de formar parte del consciente colectivo para que, habiendo transformado el mecanismo de comunicación y gobernabilidad, se mantenga como un ejercicio democrático vital para la República.

“Las mañaneras” promueven en su propio ejercicio una democratización del ecosistema mediático, en este sentido, la recuperación de la rectoría del Estado en materia de políticas gubernamentales a favor de la pluriculturalidad de las audiencias ha permitido pasar de una visión unidireccional de la comunicación, a una proyección multidireccional de la interacción de la comunicación; por lo tanto, podemos constatar que se han desarrollado mecanismos para la democratización de la información desde el gobierno. La constancia, la transparencia, el diálogo circular, la libertad de expresión, la libertad de disentir y la información inteligible, han permitido que el mensaje del gobierno llegue sin ediciones de contenido ni tergiversaciones de titulares a la ciudadanía

a partir de su transmisión por internet o por los diferentes canales estatales. Al mismo tiempo, genera una politización de la vida pública, un empoderamiento social y con ello la emergencia de diferentes canales de opinión, organización y comunicación, que permiten dar pasos importantes hacia la democratización de la información. La transformación política necesariamente tenía que pasar por los medios de comunicación; así, se ha creado una nueva dinámica dentro del triángulo de la comunicación.

Esta nueva estrategia de comunicación es democrática, al garantizar la libertad de expresión, al impulsar el debate abierto y la crítica sobre el quehacer de los servidores públicos, al defender el derecho de réplica y asumirlo como elemento fundamental para el entendimiento de todos los involucrados. Empodera a la ciudadanía, que incentiva el debate de lo público y que ayuda a llevar a cabo un ejercicio permanente de reflexión durante el proceso de transformación. Su potencialidad no se concentra en el poder de una sola persona, sino que permite empoderar a miles de personas que defienden el proyecto.

Sería interesante que a través de los medios de comunicación del Sistema Público de Radiodifusión (SPR) se abrieran diferentes espacios para que estas voces se expresaran y dar paso a un uso público de los medios estatales, buscando con ello la reflexión para la resolución de los problemas reales que aquejan a la sociedad, pero que no esperan del gobierno la solución sino que haciendo gobierno planifican y se organizan para convertirlo en tema de debate público.

El gobierno ha generado una estrategia de comunicación directa con la sociedad, los medios transforman sus estrategias comunicativas en un escenario de cambio de fuerzas y ahora toca a la sociedad crear su espacio dentro de este triángulo de la comunicación política. El uso de las redes sociales hasta el momento ha sido el mecanismo para formar parte del debate de lo público; sin embargo, existen otros canales que pueden potencializar este derecho a ser escuchados, vistos y leídos. La lucha por el derecho de las audiencias no sólo corresponde a la información que se recibe a partir de los medios, sino que debe incorporar el derecho a ser escuchado.

## REFERENCIAS

- Aceves González, Francisco (2013). “Poderes fácticos, comunicación y gobernabilidad: un acercamiento conceptual”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, UNAM, nueva época, año: LVIII, vol. 58, núm. 217, Ciudad de México <<http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcpys/article/view/42190>>.
- Albistur, Gerardo (2017). “Comunicación, propaganda y democracia en tiempos de la proliferación de información”, *Argumentos. Estudios críticos de la sociedad*, “Premio Miroslava

- Breach Sistemas de poder y violencia contra periodistas en América Latina, año 30, núm. 85, México, UAM Xochimilco.
- Canavilhas, Joao (2011). “El nuevo ecosistema mediático”, *Revista científica en el ámbito de la comunicación aplicada*, Universidad Rey Juan Carlos (BURJC) Índice comunicación, vol. 1.
- Esteinou Madrid, Javier (2006). “Mediocracia, gobernabilidad y poderes salvajes en México”, *Razón y Palabra*, núm. 53, México.
- Longo, Verónica (2005). “Medios de comunicación y periodismo: sus tensiones políticas”, *Razón y Palabra*, núm. 43, Universidad de los Hemisferios, Quito, Ecuador.
- López Obrador, Andrés Manuel (2019). *Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024*, p. 6 <<https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2019/05/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2019-2024.pdf>>.
- Meyenberg, Yolanda (2019). *La comunicación en la presidencia de Enrique Peña Nieto. Estrategias de comunicación presidencial en México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales, pp. 113.
- Rowlands, Jo (1995). “Empowerment examined”, *Development in Practice*, vol. 5, núm. 2, Taylor & Francis, Oxfam, en Marta Orsini (2012), “El concepto de empoderamiento en los estudios de género y en la prensa femenina”, Universidad Autónoma de Barcelona <<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/34591/Pages%20from%20LIBRO%20ACTAS%20I%20CONGRESO%20COMUNICACION%20Y%20G%20C9NERO-6.pdf;jsessionid=804A62B6B1B6AAA367ECBE7C8A2251DE?sequence=1>>.
- Saintout, Florencia, Andrea Varela y Diana Bruzzone (2015). *Voces abiertas: comunicación, política y ciudadanía en América Latina*. Buenos Aires: Clacso, EPC.
- Trejo Delabre, Raúl (2004). *Poderes salvajes. Mediocracias sin contrapesos*. CDMX: Cal y Arena, Colección línea de Investigación de Raúl Trejo Delabre, Repositorio del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM <<http://ru.iis.sociales.unam.mx:8080/jspui/handle/IIS/5000>>.
- Wolton, Dominique (1992). “La comunicación política. Construcción de un modelo”, en Jean Marc Ferry, Wolton y otros, *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.





ÓSCAR MENÉNDEZ | *Memoria del 68. Fotografías y fotogramas*

México, La Rana del Sur, 2003 / Publicada en *Argumentos*, núm. 87, año 2018.