



Universidad Iberoamericana

Carrera de comunicación

Investigación aplicada

Profesor: Eduardo Portas

Juan Buendía Jiménez

Trabajo de investigación

# **La cuarta transformación a través de los medios Abucheos y aplausos**

## **Abstract:**

En esta investigación se buscó la manera de analizar cómo es que los medios de comunicación operan en el gobierno en curso y su estrategia comunicativa, de la misma forma se hizo un estudio de la influencia que tienen sobre el pueblo mexicano. Para realizar este trabajo se hizo un resumen de las investigaciones previas que se habían hecho acerca del objeto de estudio que se buscaba, después se tomó a un teórico de la comunicación para basar nuestro análisis de resultados. Pasando a la parte de técnicas de investigación se usó un sondeo (cuantitativa) y tres entrevistas a profundidad a expertos (cualitativa). Se obtuvieron resultados numéricos y de texto, ambos demostrando que la estrategia de comunicación por parte de AMLO es muy poderosa y está en la mente de la mayoría de los mexicanos, de esta forma logra un control absoluto y es muy probable que cambie la percepción de sus gobernados.

## **Introducción**

Los medios de comunicación se han convertido en el actor de poder más importante de las democracias. Mediante ellos logran transmitir sus ideas con base a sus propios intereses y así ir marcando las reglas del juego. Vivimos en una sociedad globalizada, que sufrió varios cambios debido a su entrada a la era digital. Cambió el paradigma de como se debe de comunicar, y en un mundo donde predomina la inmediatez y los bombardeos eternos de información, las sociedades se deben de adaptar, pero principalmente, los gobiernos.

En el caso de México, con la llegada al poder de Andrés Manuel López Obrador y su proyecto de Regeneración Nacional también llegó una nueva forma de utilizar a su favor los medios de comunicación, una forma original y nunca antes vista.

## **Preguntas de investigación**

1. ¿Cómo afectan los medios de comunicación a las democracias?
2. ¿Cómo se comunica la 4T a través de los medios de comunicación *La Jornada* y *Reforma*?
3. ¿Cuál es la estrategia de comunicación del gobierno de Andrés Manuel López Obrador?
4. ¿Qué efectos ha tenido la comunicación de MORENA sobre sus gobernantes?
5. ¿Se han visto represiones en contra de la libertad de expresión?

## **Objetivos**

1. Analizar cómo influyen los medios de comunicación en las democracias.
2. Comparar la Cuarta transformación en *La Jornada* y en *Reforma*.
3. Observar de qué manera plantea Andrés Manuel López Obrador su plan de comunicación y qué efectos tiene en los mexicanos.
4. Indagar acerca de las represiones hacia la libertad de expresión en el sexenio de AMLO.

## **Justificación**

El eje central de las promesas del presidente Andrés Manuel López Obrador es el Plan de Desarrollo Nacional, este además de tener muchas estrategias para mejorar el sistema económico, político y social, cuenta con un amplio plan comunicativo.

En esta investigación busco analizar cómo se ha manejado la Cuarta transformación a través de los medios y qué es lo que ha generado en la población mexicana. Es importante conocer las intenciones de los mandatarios para poder estar preparados y saber actuar.

## **Metodología**

Mixta:

-Cuantitativa/sondeo

-Cualitativa/Investigación y entrevista.

### **Resultados esperados**

Quisiera hacer una excelente investigación en este campo de estudio, a pesar de ser un tema de interés y que está al rojo vivo, hay mucha desinformación de cómo los medios usan la información con base a sus propios intereses y cómo esto influye en el comportamiento y percepción de la sociedad mexicana.

### **Resultados deseados**

Me gustaría que mi investigación fuera digna de un premio nobel y así convertirme en el periodista más importante de México.

### **Hipótesis**

Creo que en esta investigación se demostrará cuál es la estrategia comunicativa del gobierno de AMLO y los efectos que tienen en la población mexicana, los resultados arrojarán que es una estrategia bastante poderosa y capaz de influir en el comportamiento de la gente, pero no solo eso, también se comprobará que a pesar de la aprobación que tiene Andrés Manuel, también tiene a muchas personas en contra.

### **Problema de investigación**

Por medio de esta investigación se responderá el modelo que usan los medios de comunicación para ejercer su poder y control en el gobierno en curso. Esto se llevará a cabo durante un mes (v28 de mayo de 2021-29 de junio de 2021) y mediante dos técnicas de investigación: Sondeo (cuantitativa) y entrevistas (cualitativa), todo con el fin de poner en evidencia un tema fundamental para todos los mexicanos.

## **Estado del arte**

### **Medios de comunicación y su papel en las democracias**

Con el fin de indagar cómo es que los medios juegan un papel sumamente importante en el comportamiento de las sociedades y los poderes gubernamentales juegan con ellos con el objetivo de transmitir o cambiar ideas a sus gobernados, se investigaron una serie de documentos en donde se demuestra la importancia de los medios de comunicación. Por un lado, su influencia en la vida cotidiana y por otro, cómo éstos han sido usados para las campañas políticas o durante los sexenios por parte de los gobiernos anteriores. A este respecto, se realizó una indagación acerca de cómo la comunicación es poder y cómo es aplicable en los diferentes campos.

El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones (Castells, 2009, p. 33)

En la actualidad, las relaciones de poder en una sociedad cobran gran relevancia, ya que son éstas las que establecen los valores en las instituciones y dictaminan cómo es que se deben comportar. Mediante un proceso de legitimación, el Estado establece su proceso de dominación y mediante éstas relaciones busca adquirir el poder para tener ingerencia en los procesos sociales, condicionando el logro de un objetivo en particular. En pleno siglo XXI, y en un mundo globalizado, los diversos actores que ostentan el poder buscan ejercer su dominio a través de los medios de comunicación.

Los cambios de paradigma no se dan de un día para otro, estos se van generando a través del tiempo. La efervescencia de los medios de comunicación en pleno siglo XXI se da en un escenario tecno-económico, estos influyen en la sociedad ya que son capaces de construir identidades y deseos, ellos son los que dictaminan cómo es que tenemos que vivir; el consumo y el control social son uno mismo.

Así es como la libertad de expresión, la democracia, la participación activa de la ciudadanía y la emergencia de un hábito mental crítico y científico han alcanzado una apariencia de realización sin precedentes históricos, al mismo tiempo que su lógica material y su alcance real se encuentran desviados centripetamente hacia el fin de la producción infinita del crecimiento económico. (González Pascual, Rodríguez Prieto, 2014, p. 18.)

El Internet crea en nosotros un sesgo mental y creemos que el único fin que debemos buscar son las gratificaciones inmediatas, esto se convierte en un reto para los medios ya que tienen que pelearse por demostrar quién da más y el que logre ofrecer más es aquel que va a generar control.

Como se mencionó antes, los medios siempre han sido un pilar esencial para generar influencia en la sociedad, pero este paradigma se alteró debido a la era digital y como lo dice su nombre, los medios digitales son hoy los principales actores del poder. Los medios de comunicación masiva fueron los encargados de introducir nuevos elementos que tuvieron ingerencia en la influencia social, ya que el estar constantemente bombardeando con información lograban posicionarse en la mente de su público.

La investigación realizada por el profesor Andreu Casero-Ripollés en 2019 reveló que los medios que tienen mayor influencia social, son aquellos con más actividad en las redes, esto lo que genera es una gran popularidad, una vez siendo ellos los más populares tenían mayor autoridad y ejercían su poder. (Casero-Ripollés, 2020)

Una vez que los medios logran consolidar su poder, pueden actuar con fines específicos, es por eso que son el recurso más utilizados en los gobiernos.

“Las transiciones políticas son procesos —experimentos—que trastocan aspectos muy diversos de la sociedad” (Vaca, 2019, p. 267) y no solo es la política la que cambia, sino que con ella también cambian los medios de comunicación y el papel que juegan. Durante muchos años existió una complicidad entre los medios y el poder político en México, pero con la llegada de la caída del autoritarismo mexicano, se dio un nuevo sistema de medios en el país.

En los primeros años de esta transición política (Cuarta transformación) las salas de redacción mexicanas se encargaron de hacer un periodismo “justo” en donde se buscaba tener una sociedad bien informada, atenta y crítica de sus gobernantes, pero claro, siempre priorizando los intereses económicos y políticos de los consorcios mediáticos.

En la política mexicana, las élites económicas y políticas conforman un actor unificado, éstas son las encargadas de controlar todo, (por supuesto los medios de comunicación están incluidos), para entender el sistema de gobierno en México se debe de tener en mente la palabra complicidad. Tomaremos como ejemplo el papel que la élite económica, junto con los medios de comunicación jugaron en la campaña de 2012, donde ganó Enrique Peña Nieto por parte del Partido Revolucionario Institucional.

Después de las elecciones de 2006 se dieron muchos conflictos en la democracia mexicana, el dinero y el abuso de los medios de comunicación llevaron a el senador en turno Pedro Joaquín Coldwell a modificar la reforma electoral en 2007. “Los aspectos que se regularon van desde el contenido de la propaganda y la prohibición de que terceros contraten medios para emitir mensajes políticos, los actos anticipados de campaña, hasta la forma de acceder a estos medios electrónicos” (Buendía, Azpiroz, 2011, p. 32)

Para generar una comparación se van a tomar datos del primero y el segundo lugar de las elecciones presidenciales de 2012.

### **Financiamiento de los partidos políticos**

PRI: \$ 2,150,708,559

Movimiento progresista (PRD, PT, Mov. Ciudadano): \$ 1,385,401,253

### **Tiempo total en medios de comunicación**

PRI: 258:07:31

Movimiento progresista (PRD, PT, Mov. Ciudadano): 222:56:00

### **Número de piezas informativas**

PRI: 11,228

Movimiento progresista (PRD, PT, Mov. Ciudadano): 9,820

### **Tiempo total en televisa**

PRI: 208:31:28

Movimiento progresista (PRD, PT, Mov. Ciudadano): 176:42:40

### **Tiempo total en TV azteca**

PRI: 63:31:00

Movimiento progresista (PRD, PT, Mov. Ciudadano): 40:22:43

(Bahena Armillas, 2020)

La prensa en México siempre se ha visto apoyada por grupos políticos y económicos poderosos, los ambientes políticos son los que marcan el camino de los medios. Durante un tramo del México neoliberal (1994-2018), dos de los diarios más importantes en México como son *La Jornada* y *El Reforma*, tomaron diferentes tintes, *El Reforma*, le dio un interpretación definida a la evolución económica y a los intereses empresariales mientras que *La Jornada* enfatizó su postura contra el neoliberalismo. Ambos confrontaban al PRI y tenían una imagen polarizada de la política mexicana, en donde su posición periodística favorecía los intereses de los grupos de poder. “La corrupción ha impedido una verdadera estructura legal que

facilite a los medios impresos ejercer sus actividades, llegando a ser parte del mismo problema” (Hernández Medina, Nitrihual Valdebenito, Segovia Alonso, 2019, p. 68.)

El problema del periodismo en México es la mezcla entre lo económico y lo profesional, estos dos medios de gran trascendencia subsisten por la publicidad y los financiamientos, por lo que deben de seguir un guion escrito por sus líderes políticos. Mientras que *El Reforma* apoyaba al gobierno en turno, *La Jornada* no lo hacía; estos dos diarios eran oponentes, cosa que cambió radicalmente en 2018, cuándo Andrés Manuel López Obrador asumió al poder.

Las elecciones de 2018 fueron un parteaguas para México, los medios de comunicación tuvieron una participación intensa. “Partidos y candidatos compiten para transmitir sus mensajes a un público del que esperan obtener una decisión favorable a sus intereses y una acción concreta” (Beltrán, 2020, p. 2). Así como ejercieron su presencia en los medios tradicionales, las redes sociales fueron el nuevo elemento que lograron posicionar o en su defecto demeritar a los candidatos. Un estudio realizado comprobó los efectos significativos de los medios en las preferencias de los votantes, así como la influencia decisiva por parte de la televisión en los resultados de las elecciones, es por eso que se dice que fue una competencia electoral desigual y corrompida (Manin, 1997; Sartori, 1989, entre otros).

En el 2018 se dio una transformación en el régimen político, se cambió del modelo neoliberal al “juntos haremos historia”, se terminó la hegemonía del PRI y la variante política impuesta por el PAN durante doce años. El partido en el poder, Morena, planteó un nuevo plan de desarrollo que tiene bastantes puntos en los aspectos político, económico y social. Con el fin de crear el proyecto de reconstrucción nacional, Andrés Manuel López Obrador usó los medios de comunicación públicos, ya que son los que generan un cambio ético, moral y cultural en la sociedad mexicana. La manera que tiene el Estado de lograr transmitir sus ideas y generar un profundo cambio es a través de los medios públicos de comunicación colectiva,

no por los medios comerciales privados, ya que los medios privados únicamente operan con sectores muy limitados de la población.

En 2014 se vieron afectados los medios públicos y sociales ya que su desarrollo se vio frenado, por lo que Andrés Manuel cuando entró le dio un equilibrio a esa desproporción que se vivía en los medios y así avanzó en el terreno cultural y comunicativo de sus gobernados.

### **Marco teórico**

Manuel Castells Oliván nació el nueve de febrero de 1942, es teórico, profesor, escritor y sociólogo español, y actualmente es ministro de las universidades de España. Inició sus estudios en la Universidad de Barcelona, donde completó la carrera de derecho y economía, tiempo después se fue a París para estudiar sociología con Alan Touraine, ahí se convirtió en el profesor más joven de la universidad de París. Fue académico de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras, de la Academia Británica y de la Academia de Ciencias Políticas y Sociales de Estados Unidos, entre otras.

Castells fue pionero en el desarrollo de una sociología urbanista marxista y especialista en los estudios de la globalización y era de la información, uno de sus libros más importantes es *La sociedad de la información y el estado del bienestar*, en donde hace un análisis de caso de sus teorías.

En 2012 fue galardonado con el premio Holberg, por haber dado forma a nuestra comprensión de la dinámica política de las economías urbanas y globales en la sociedad red y en 2013 recibió el Premio Balzan de Sociología, esto fue gracias a su investigación sobre la sociedad de la información, la comunicación y la globalización.

En 2017 el Social Sciences Citation Index reveló que Manuel Castells es el sexto académico de ciencias sociales más citado en el mundo y en materia de comunicación, el número uno.

Concepto	Definición	Referencia
La comunicación en la era digital global	Las tecnologías de la información y comunicación basadas en la microelectrónica permiten la combinación de todos los tiempos de comunicación de masas en un hipertexto digital, global, multimodal y multicanal. La capacidad interactiva del nuevo sistema de comunicación da paso a una nueva forma de comunicación, la autocomunicación de masas, que multiplica y diversifica los puntos de entrada en el procesos de comunicación.	Castells, M. (2009). <i>Comunicación y poder</i> . Madrid: Alianza editorial P. 187-188.

Concepto	Definición	Referencia
Emoción y cognición política	El comportamiento político está condicionado por dos sistemas emocionales: A) El sistema de predisposiciones induce entusiasmo y organiza el comportamiento para conseguir los objetivos del sujeto entusiasta en un entorno dado. B) El sistema de vigilancia, cuando se experimentan miedo o ansiedad por la presencia de un determinado ECS.	Castells, M. (2009). <i>Comunicación y poder</i> . Madrid: Alianza editorial p. 202.

Concepto	Definición	Referencia
Propaganda	El estado sigue siendo un actor decisivo a la hora de definir las relaciones de poder en las redes de comunicación [...] La invención y difusión de mensajes que distorsionan la realidad e inducen la desinformación para favorecer los intereses del gobierno.	Castells, M. (2009). <i>Comunicación y poder</i> . Madrid: Alianza editorial p. 349.

El paradigma en el uso de los medios de comunicación cambió con la llegada de la globalización. Durante muchos años los medios de comunicación tradicionales (televisión, radio, prensa) eran los únicos que se utilizaban con el fin de transmitir un mensaje, pero en la era digital se incorporó la red y esto dió pie a nuevas estructuras comunicativas, con mucho más capacidad de alcance.

La combinación de los medios masivos con la red, hicieron que se ampliaran los puntos de entrada y salida de los medios con su público, lo que hace más fácil y sobre todo más intensa su interacción.

Los medios en el poder, tomaron ventaja de esto, uniendo redes, plataformas y canales de comunicación, con el fin de tener un dominio del mundo digital y así empezar su proceso de convencimiento.

Desde hace cien años, los gobiernos en México han transmitido sus mensajes a través de los medios de comunicación, pero desde 2012 las formas de hacerlo cambiaron. Los políticos y los gobiernos se adaptaron fácilmente a este mundo globalizado, entendieron que las redes sociales eran su mejor herramienta e hicieron uso de ellas. El mensaje político busca llegar a las personas a través de las emociones (intenta transmitir entusiasmo y esperanza en la gente) o el control (transmite miedo o ansiedad mediante determinadas situaciones), la diversidad de

los medios es favorable, ya que permite escoger cuál es el canal correcto para el mensaje que se quiere mandar y el público al que se quiere llegar.

La propaganda es la difusión o divulgación de información o ideas que buscan tener un gran impacto en la sociedad, ésta se ve englobada en los dos primeros conceptos de la investigación, ya que en el ámbito político son mensajes que se transmiten a través de los medios comunicación, los cuales mediante emociones y/o control buscan favorecer los intereses del gobierno.

### **Resultados Cuantitativos**

Las respuestas arrojaron que solo 99 personas de las 130 encuestadas leen algún medio enfocado en noticias, de esas 99, solo 80 residían en México y veían las noticias regularmente, mucho o siempre.

Se preguntó cuál era el medio que más leían, seguido de seis opciones: *Reforma*, *La Jornada*, *El país*, *El Universal*, *Excélsior* u otro. El medio más leído fue otro con 43.8%, seguido de *El Universal* con un 26.3% y el menos leído fue *La Jornada* con un 1%.

Una de las respuestas más equilibrada fue si conocían el plan de desarrollo propuesto por AMLO, en donde 52.5% dijeron que sí y 47.5% que no, los que sí lo conocían indicaron que en donde más lo vieron fue en el Diario Oficial de la República y en los periódicos, seguido de las redes sociales.

Todos los encuestados pasan de una a cinco horas en las redes sociales, esto nos lleva a la siguiente pregunta: ¿Qué tanta publicidad han visto del gobierno en redes sociales? En donde la mayoría con un 38.8% dijeron que regular, y se señaló que en donde más han visto publicidad es en la televisión y en donde menos en los periódicos. Con respecto a la publicidad del gobierno, 66.3% de los encuestados piensan que es mala, 18.8% regular y 15% buena.

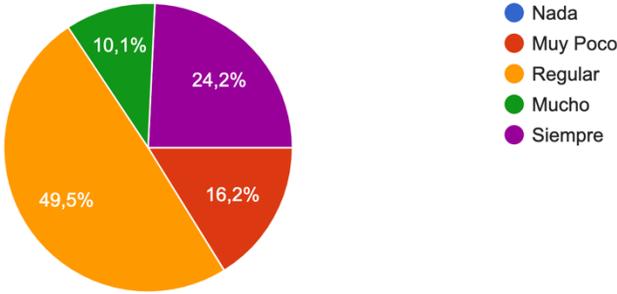
Adicionalmente, 86.3% respondió que está inconforme o poco conforme con el gobierno actual, solo el 2.4% está conforme o muy conforme, mientras que el 11.3% se mantiene neutral. A raíz de las diversas acciones de Andrés Manuel ha cambiado la percepción de un 50% de los encuestados, mientras que de los otros 50%, no.

De los encuestados, 88.8% votó el pasado 6 de junio y solo el 12.2% no lo hizo, el 67.5% conocía los ejes de las campañas de los candidatos y el 32.5% no.

La siguiente pregunta es para conocer qué tanto cambió la percepción de la gente hacia los candidatos a raíz de los medios de comunicación, 47.5% indicó que nada o muy poco, y 52.5% que mucho o algo.

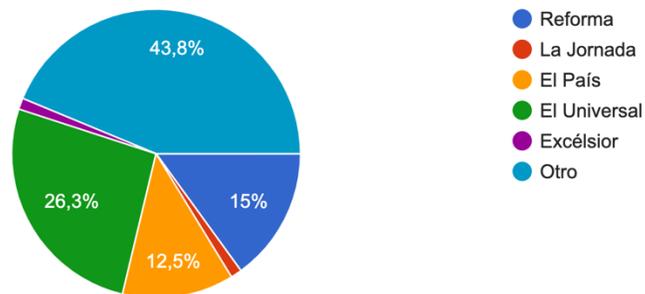
Por último, de los encuestados 43.1% considera que no hay libertad de expresión en México, 15.7% considera que si hay y la mayoría con 41.2% se quedó neutral, pero por otro lado, el 97.5% piensa que el asesinato hacia periodistas es un tema de gravedad en México y solo el 2.5% piensa que no.

¿Cada cuánto lees/ves las noticias?  
99 respuestas



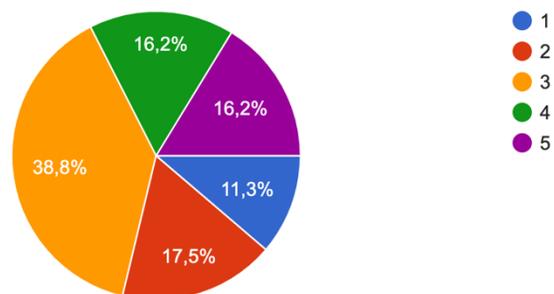
¿Cuál es el medio informativo que más lees?

80 respuestas



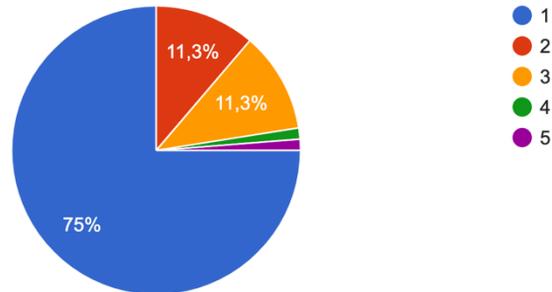
En una escala del 1-5, 1 siendo muy poca y 5 siendo mucho. ¿Qué tanta publicidad has visto del gobierno en las redes?

80 respuestas



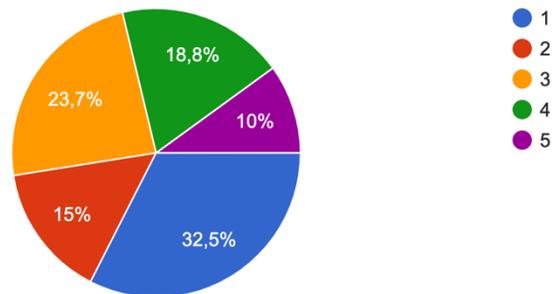
En una escala del 1-5, 1 siendo muy poco y 5 siendo mucho .¿Estás conforme con el gobierno actual?

80 respuestas



En una escala del 1-5, 1 siendo casi nada y 5 mucho. ¿Qué tanto cambió tu percepción hacia los candidatos y partidos debido a los medios de comunicación?

80 respuestas



### Cualitativos

Se entrevistó a profundidad a tres especialistas sobre los medios durante la Cuarta transformación. El objetivo era ver cuál era la estrategia de comunicación de Andrés Manuel López Obrador y el comportamiento de los medios de comunicación.

El primer entrevistado fue Ulises Castellanos: Fotoperiodista mexicano, editor en fotografía, columnista y consultor.

El segundo entrevistado fue Alejandro Álvarez: Coordinador de morena de 2015-2018 en Baja California, fundador del Movimiento de Regeneración, actualmente milita como asesor dentro de MORENA.

Por último viene Ricardo Raphael: Periodista, analista político, académico, columnista y escritor. Conductor de los programas espiral y #calle11, de Once TV México y no hay lugar común en ADN 40.

## Análisis de resultados

### Cuantitativos

#### Estadísticos Descriptivos

	N	Media	Desv Std	Mínimo	Máximo
EDAD	80	26.73	9.79	20	72
PUBLICIDAD	80	3.09	1.20	1	5
CONFORMIDAD	80	1.43	.84	1	5
PERCEPCIÓN	80	2.59	1.38	1	5
LIBERTAD	80	2.74	.94	1	5
N Válido (listwise)	80				
Missing N (listwise)	0				

Se realizó una encuesta a 130 personas de 20 a 72 años para saber si leían noticias, cuáles eran los medios que leían y las percepciones que tienen de la comunicación del gobierno.

La media de las edades de nuestro análisis fue de 26.73 años.

La segunda variable mide la publicidad que los encuestados han visto del gobierno, en donde la media fue 3.09.

La tercera variable mide la conformidad que se tiene con el gobierno en curso, la media fue 1.43.

La cuarta variable mide qué tanto cambió la percepción de los entrevistados a raíz de lo que vieron en los medios de comunicación, la media fue de 2.59.

Por último, la quinta variable midió qué tanta libertad de expresión creían que había en México, la media fue 2.74.

### **Edad y publicidad**

La media de la edad dio 26.73 años, se puede decir que la mayoría de los que respondieron la encuesta son jóvenes y dentro de esos jóvenes la publicidad del gobierno que ven, supera el promedio.

Una de las herramientas más vistosas de este gobierno es el uso de las redes sociales, el cambio de paradigma que han utilizado para comunicar sus mensajes sí está rindiendo frutos, ya que los jóvenes con el target principal de las redes sociales y por lo encontrado, si se encuentran con publicidad en los medios que consumen. En el momento en el que el presidente sale todos los días a las 7 de la mañana a dar su conferencia, todos nos volvemos actores que interactuamos a través de los medios con lo que dijo Andrés Manuel López Obrador.

### **Publicidad y percepción**

Una vez dejado en claro que la publicidad sí está siendo presente en los encuestados se tiene que analizar qué efectos está teniendo.

En la media de los 80 encuestados, salió que la mitad (2.59) cambió su percepción a raíz de lo que vio en los medios, no importa si fue para bien o para mal, esta cambió. Esto vuelve a dejar en claro que los medios son la forma de control más grande del gobierno, ya que la mitad de los casos fue capaz de cambiar la forma de pensar de las personas que estaban listas para votar. Manuel Castells decía que las redes sociales eran el nuevo actor de poder y que mediante la propaganda el Gobierno ejercía una forma de control, que es exactamente lo que se encontró en estos resultados.



## Text Analyzer

Palabras recurrentes	Número de repeticiones	Porcentaje
Medios	41	1.16
Presidente	25	0.71
Comunicación	24	0.68
Gobierno	16	0.45
Andrés	14	0.39
Mañanera	11	0.31
Periodistas	10	0.28
Estrategia	9	0.25
Efecto	9	0.25
Población	8	0.22

Frases recurrentes	Número de repeticiones
Medios de comunicación	10
En la mañanera	6
Con el presidente	5
Comunicación directa con	4
La estrategia es	3

Matriz de análisis de las entrevistas realizadas por vía telefónica a tres expertos en medios de comunicación y su relación con el gobierno en curso con más de 25 años de experiencia (29 de junio de 2021)	
Línea discursiva	Frase (s) más representativas

<p>Estrategia de comunicación</p>	<p><b>Ulises</b> – “La estrategia es muy simple, la estrategia es él, La estrategia se llama la mañanera, la estrategia se llama gobernar todos los días de 7 a 9 de la mañana”.</p> <p><b>Alejandro</b> – “ha tenido una comunicación directa con la población [...] él siempre ha sido muy directo y creo que ese es el éxito de Andrés Manuel”.</p> <p><b>Ricardo</b> – “No deja vacíos de comunicación para que sus adversarios no puedan utilizarlos en su contra, y segundo, establece una conversación directa con el público, sin intermediarios”.</p>
<p>Efecto en el mexicano</p>	<p><b>Ulises</b> –“Ha acercado la sociedad al presidente [...] como sociedad hemos conocido a profundidad el pensamiento del presidente, nunca antes se sabía con esta cercanía lo que piensa el presidente, es un ejercicio de comunicación inédito”.</p> <p><b>Alejandro</b> –“No se tiene muy estudiado cuál es el efecto que causa Andrés, nadie se ha preguntado, o al menos yo no conozco ni un estudio serio”.</p> <p><b>Ricardo</b> –“Lo que crea es una sensación de que está muy cerca de la gente, por supuesto esto es simulado, no me vas a decir que efectivamente en la mañanera el presidente está muy cercano a sus gobernados”.</p>
<p>Enfoque en sector</p>	<p><b>Ulises</b> –“Me parece que el presidente no distingue sectores públicos ni privados en la sociedad, la sociedad no se puede dividir en sector público o privado”.</p> <p><b>Alejandro</b> –“Totalmente al sector público, le habla a más del 90% de la población, es con los que sigue teniendo una aprobación altísima”.</p> <p><b>Ricardo</b> –“Público, sabe que se tiene que dirigir a la mayoría del país y, sobre todo, con quienes tiene mayor aprobación.”</p>

<p>Cambio de los medios y sus consecuencias</p>	<p><b>Ulises</b> –“Han caído en una inanición absoluta, los medios en menor o mayor medida vivían del presidente en turno [...], ha caído por completo el modelo de negocio de los periódicos, y hablo de los periódicos, pero también hablo de los medios como la radio, la tele, etc.”.</p> <p><b>Alejandro</b> –“No, pues muchísimo, obviamente la estrategia de Andrés Manuel de quitarle la Voz a los medios masivos de comunicación ha sido, pues, uno de los aciertos más generosos y en favor de la ciudadanía”.</p> <p><b>Ricardo</b> –“El Gobierno invertía publicidad a precio alzado en esas páginas [...] pues obviamente cuando les daban recursos ellos ganaban poder, pero en el momento en el que el gobierno les retira ese apoyo los debilita y mientras unos medios se caen, otros se hacen más fuertes”.</p>
<p>Recorte de presupuesto</p>	<p><b>Ulises</b> –“Yo diría que los fines son obvios, pero necesitas una respuesta, se trata de afinidades políticas”</p> <p><b>Alejandro</b> –“Es importante decir que los medios tradicionales fueron afectados en sus bolsillos, pero veamos, esto pasó porque se les quitó todo el apoyo que tenían [...] pero para nosotros que somos de la 4T eso no es una afectación, sino simplemente es una regularización”.</p> <p><b>Ricardo</b> –“Él presidente le retira los ingresos a los periódicos de acuerdo con sus intereses, Andrés sabe jugar muy bien su juego”.</p>
<p>Libertad de expresión</p>	<p><b>Ulises</b> –“Para nada, una cosa es que no haya dinero y otra que a alguien se le haya prohibido escribir algo, cosa que no ha pasado”.</p> <p><b>Alejandro</b> –“De ninguna manera, me atrevería a decir que desde hace mucho</p>

	<p>tiempo es la vez que más he visto libertad de expresión en México”.</p> <p><b>Ricardo</b> –“Es una respuesta muy complicada de dar [...] lo que si te toca con frecuencia son dos tipos de mensajes: 1. No lastimes la relación de nuestros patrones con el presidente [...] los medios piden a sus trabajadores evitar este tipo de menciones (en la mañanera)”.</p>
--	--

### Relación con el marco teórico

Queda claro que la estrategia de comunicación de este gobierno es la presencia, es siempre ser el tema número de uno de conversación en el país, en cuanto Andrés Manuel sale a dar su conferencia mañanera de 7-9 AM, fija los temas de lo que se va a hablar en los medios. Esto solo es posible debido a la era digital en la que vivimos, el nuevo paradigma de comunicación permite dos cosas: 1) Que la información sea inmediata y masiva y 2) Que haya una mayor interacción en los diversos medios de comunicación que existen.

Al implementar esta nueva forma de comunicación también se implementa un sistema de vigilancia, por una parte, hacia los medios, ya que saben que están condicionados a hablar de lo que no afecte al presidente y también hacia la gente, ya que éste impone que durante todo el día el tema sea él y lo que dijo en la mañana.

El tono que usa Andrés Manuel, las alusiones que hace hacia el enojo, el resentimiento, sumado al grupo de personas a las que les habla (70% de la población, con bajos recursos y falta de oportunidades) refuerza un sistema de predisposiciones ya que es entusiasta e induce hacia el cambio y la esperanza para así generar un cambio en el pensamiento de su audiencia.

Por último, el gobierno se fortalece como el actor de poder principal en las redes sociales. La manera que tiene el presidente de controlar los mensajes que se mandan es mediante el recorte de los ingresos de los medios; él cambia las acciones de estos con el fin de sus propios intereses, con el fin de poder mandar

los mensajes que a el le convengan (muchas veces tergiversados) para así establecerse como la última palabra.

### **Conclusiones**

Una vez terminada la investigación, queda claro que los medios de comunicación sirven como una herramienta de control y más en esta era digital. El gobierno de MORENA que entró en 2018 logró tomar ventaja e implementó un modelo de comunicación que nunca antes se había usado en el país, esto no solo les dio un punto a su favor, sino que le resto poder y oportunidades a los diversos medios que antes marcaban el ritmo del país. Uno de los aciertos del presidente en curso fue retirarle el apoyo a los medios para así generar una crisis en ellos, dejándolos más concentrados en sobrevivir que en atacarlo. Un punto que está muy presente es como la forma de estar presente todo el tiempo es generando una interacción continua y la mejor forma de lograrlo es dando una conferencia a las 7 de la mañana todos los días, incitando la polarización y el choque entre los mexicanos. Nadie tiene oportunidad de escoger acerca de lo que se va a hablar, ya que todos los días lo hace AMLO y en el minuto uno en el que acaba su mañanera, lo primero que van a hacer los medios va a ser hablar sobre lo que dijo, es una manera un tanto perversa de hacer propaganda, pero en extremo efectiva.

### **Fuentes**

Bahena Amarillas, E.B. (2020). *El papel de élites económicas mexicanas en las elecciones federales. El reforzamiento de los medios de comunicación como élite de poder en la política*. El cotidiano, 224 (6) 33-45.

Beltrán, U. *Medios de comunicación tradicionales y redes sociales en la elección presidencial de 2018*. Política y Gobierno, 27(2), 1–21.

Buendía, J. y Azpiroz, J.M. (2011). *Medios de comunicación y la reforma electoral 2007-2008. Un balance preeliminar*. (primera edición). Ciudad de México: Coordinación de Comunicación Social.

Casero-Ripollés, A. (2020). *Influence of media on the political conversation on twitter: Activity, popularity and authority in the digital debate in Spain*. Monográfico, 18 (1), 33-57.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.

Estinou Madrid, J. (2019) *Los medios de comunicación públicos y la construcción del nuevo proyecto de nación* . El Cotidiano, 214, 71-85.

González Pascual, A. y Rodríguez Prieto, R. (2014) *Caos digital y medios comunes. Transformaciones de la comunicación social en el siglo XXI*. (primera edición). Madrid: Dykinson.

Hernández Medina S.M., Nitrihual Valdebenito L., Segovia Alonso A.I. (2019). *La prensa en México durante el neoliberalismo(1994-2018) el caso la jornada y reforma*. Cuadernos de información y comunicación 24, 61-72.

Salinas Cortez, J. y Saavedra Herrera, C. (2021) *Palomas mensajeras y halcones amenazantes: la justicia federal en los primeros dos años del gobierno de López Obrador*. El cotidiano , 225 (12), 42-52.

Vaca M. (2019). *Democracia, prensa y poder en México*. Política y gobierno, XXVI (2) 261-285.

## **Anexos**

### Transcripción de entrevistas

#### **Ulises Castellanos**

#### **¿Cuáles han sido las estrategias de comunicación por parte de AMLO?**

Mira, voy a aclarar ahorita que para fines legales y profesionales yo no trabajo en el área de comunicación de la República, entonces, lo que diga es estrictamente a título personal, sí los conozco y colaboro con una parte del Gobierno de la 4T, pero no soy del área de comunicación. La estrategia es muy simple, la estrategia es el, la estrategia se llama la mañanera, la estrategia se llama gobernar todos los días de 7 a 9 de la mañana, es una idea que tiene el de contrarrestar la información falsa

o de mala fe, más o menos eso es lo que yo considero, no existe una estrategia tradicional o profesional de como se hacía antes, el fija la agenda todos los días.

### **¿Qué efectos ha tenido su plan comunicativo en los mexicanos?**

Yo creo que en muchos sentidos ha sido una propuesta original, como te repito la mañanera ha sido una propuesta vanguardista hasta cierto punto y ha acercado a la sociedad con el presidente, si te soy honesto yo creo que de la mañanera se van a escribir tesis, ya que como sociedad hemos conocido a profundidad el pensamiento del presidente. Nunca antes se sabía con esta cercanía lo que piensa el presidente, es un ejercicio de comunicación inédito, es un eje perceptible, innovador y es el eje central de comunicación del presidente Andres Manuel López Obrador, por más que Siempre hay actores o periodistas que buscan atacarlo, esto parece no importarle al presidente, el sigue con su objetivo, ser uno mismo con la sociedad.

### **¿Se han enfocado más en el sector público y privado?**

Me parece que el presidente no distingue sectores públicos ni privados en la sociedad, la sociedad no se puede dividir en sector público o privado, lo único que se puede dividir en el sector público o privado es la economía o la industria, a la sociedad se le puede dividir en otro tipo de rasgos; por edades, por clases económicas, por zonas geográficas, por actividades comerciales, por empleados, desempleados, etc. ¿Tu pregunta es a quién se dirige el presidente cuándo da la mañanera? Yo te diría que a la sociedad en conjunto.

### **¿Cómo han cambiado los medios a raíz de la entrada de este nuevo gobierno?**

#### **¿Qué implicaciones lleva esto?**

**¿Cómo han afectado los medios opositores a la 4T y como han beneficiado los medios a fines a la 4T?**

Vamos a dejar fuera a *proceso* y *la jornada*, pero fuera de esos dos medios, todos los demás han caído en una inanición absoluta, los medios, a menor o mayor medida vivían del presidente en turno, voy a intentar regresar al principio: Los medios tenían un vicio de origen que era vivir del gobierno y el presupuesto gubernamental que hoy no tienen. ¿Entonces, qué es lo que ha pasado? Pues que ha caído por completo el modelo de negocio de los periódicos, y hablo de los periódicos, pero también hablo de los medios como la radio, la tele, etc. En definitiva el modelo de negocio se ha derrumbado o bueno el que conocían ellos, y lo increíble es que reaccionaron muy tarde, primero no lo podían creerlo y ahora han terminado con el despido de su gente, esto es lo que ha pasado con este cambio de gobierno. Antes se destinaban unos 6000 u 8000 millones de pesos anuales por parte del presidente de la República hacia los medios de comunicación, hoy no se reparten más de 1800 millones de pesos y se reparten de otras maneras. El tema es cuánto del dinero público financiaba a los medios, medios como reforma tenían un sustento económico que representaba 4% de los gastos del Gobierno, los ingresos de periódicos como el universal eran del 80% y venían del estado, Andrés llegó y le dio una sacudida a los medios, no han podido reformular el modelo económico, no han quebrado de milagro.

**¿Con qué fines se ha recortado el presupuesto para la propaganda pagada por el gobierno de algunos medios, como por ejemplo imagen TV? Y por el contrario ¿Por qué se ha aumentado el presupuesto para otros, como por ejemplo la jornada?**

Pones el ejemplo de imagen, pero yo no quisiera personalizar ningún ejemplo, yo diría que los fines son obvios, pero necesitas una respuesta se trata de afinidades políticas, el único periódico que lee el presidente es *la jornada* y es el único que está recibiendo dinero, pero también TV Azteca y Televisa se están enriqueciendo, todo se trata de la relación del presidente de los medios.

## **¿Se ha visto comprometida la libertad de expresión?**

Para nada, una cosa es que no haya dinero y otra que a alguien se le haya prohibido escribir algo, cosa que no ha pasado.

**Alejandro Álvarez**

## **¿Cuáles han sido las estrategias de comunicación por parte de AMLO?**

A ver, lo que ha sido permanente es como ha tenido una comunicación directa con la población, él siempre o más bien desde 1994 que estaba en la lucha en Tabasco desarrollo un camino de comunicación directa con una cosa muy básica, hablar de lo básico con la población, sin garigoleos o grandes complicaciones a la hora de utilizar el lenguaje, él siempre ha sido muy directo y creo que ese es el éxito de Andrés Manuel. Otra de sus grandes estrategias es a qué parte de la población se dirige, él se dirige al 70% de la población y cuando se quiere dirigir al otro 30 lo hace por medio de otros medios de comunicación, sabe como llegar a la gente. Él poco a poco ha ido develando sus objetivos, como por ejemplo: A quien quiere apoyar y con quién se quiere relacionar, y por otro lado a quienes quiere hacerle críticas, está muy claro que él le habla a quienes cree que le hacen caso y se pelea y crítica a sus amenazas.

## **¿Qué efectos ha tenido su plan comunicativo en los mexicanos?**

Hay una etapa en la que el efecto fue muy efectivo, que fue el nivel de votación que obtuvimos el primero de junio de 2018, en las clases medias, inclusive algunos sectores de la clase alta han sido muy efectivo, pero también hay algo que no se tiene muy estudiado y primero te voy a hablar desde mi percepción. Digamos que no se tiene muy estudiado cuál es el efecto que causa Andrés, nadie se ha preguntado, o al menos yo no conozco ni un estudio serio de grupos focales, entrevistas a fondo, investigación cualitativa, puras cuantitativas de cual es el efecto

psicológico que causa AMLO en la población, solamente son puras percepciones a partir de las imágenes que uno ve la televisión, como lo reciben los Viejitos o cómo va en las giras y lo apapachan, entonces creo que el efecto en muchos sectores ha sido bueno, en dónde no ha tenido un efecto muy favorable es dónde toda la gente está metida en la exburocracia, gente que estaba en los círculos de poder o de micropoder y que con la llegada de nosotros, con el triunfo del movimiento, dejaron de estar beneficiados por el herario, de hecho hay una frase que los priistas siguen repitiendo, que es “vivir fuera del herario”. Creo que el efecto en la población ha sido favorable, pero no en todos los casos, por ejemplo, en las votaciones de este último junio se vio que no todos están de acuerdo en cómo se han hecho las cosas este último año.

Me parece que el efecto es muy variado en la población, está el primero en donde algunos ven esperanza del cambio para este país, el segundo segmento es de los que todavía están en la duda, de los que sí creen en él pero saben que necesita demostrar más y está el tercero de los que están completamente en contra, este es el sector de derecha o se creen de derecha.

Si hay una diversificación de los medios de comunicación y no estamos ni cerca de ver la conclusión de cómo van a acabar.

### **¿Se han enfocado más en el sector público y privado?**

Totalmente al sector público, le habla a más del 90% de la población, es con los que sigue teniendo una aprobación altísima.

### **¿Cómo han cambiado los medios a raíz de la entrada de este nuevo gobierno?**

### **¿Qué implicaciones lleva esto?**

No, pues muchísimo, obviamente la estrategia de Andrés Manuel de quitarle la voz a los medios masivos de Comunicación ha sido uno de los aciertos más generosos y en favor de la ciudadanía, pero pareciera que ellos pensaban que esto no iba a ocurrir, ahorita todos los medios se revuelcan, siguen quejándose de que salga el presidente a dar las noticias todas las mañanas, cuándo esto tiene que ser así, el se ha convertido en su propio medio de comunicación.

Cuándo Andrés Manuel toma la Jefatura de Gobierno en el 2000 hacía lo mismo, pero en ese entonces él no tenía competencia en la agenda, el problema de quien comunica y quién se comunica es quién pone la agenda política nacional, eso cambia todo el escenario. ¿Entonces, si me preguntas cómo es que han cambiado los medios con la llegada de Andrés Manuel? Te diría que se les ha quitado la agenda, los han hecho a un lado y puesto que Andrés Manuel sale a informar de lo más importante y de lo que está pasando al minuto en el país, los medios tienen que hablar de otra cosa y abordar los temas de diferente manera.

También hay medios que se vieron muy vivos y tomaron lo que se dice en la mañanera para su favor, estos “chayoteros” tergiversan la información para hacerse de un público.

¿Pero quieres saber cuál es la diferencia entre los otros medios con el de Andrés Manuel? Es que él no utiliza la información para hacer un negocio, él utiliza la información como una herramienta para beneficiar al pueblo.

**¿Cómo han afectado los medios opositores a la 4T y como han beneficiado los medios a fines a la 4T? ¿Con qué fines se ha recortado el presupuesto para la propaganda pagada por el gobierno de algunos medios, como por ejemplo imagen TV? Y por el contrario ¿Por qué se ha aumentado el presupuesto para otros, como por ejemplo la jornada?**

Es importante decir que los medios tradicionales fueron afectados en sus bolsillos, pero veamos, esto pasó porque se les quitó todo el apoyo que tenían a los medios

de comunicación, periódicos, Televisión, y todo lo que se pasaba en Internet, pero para nosotros que somos de la 4T eso no es una afectación, sino simplemente es una regularización y uso del dinero del estado, por eso no atacamos al gobierno en curso, somos imparciales. Por ejemplo, si estás acostumbrado o más bien acostumbras a un niño a darle un dulce todos los días a las 4:00 de la tarde, pues el día que llega un padre responsable y le dice que no porque se va a convertir en un niño obeso, este hace un pinche berrinche, eso es lo que está pasando. El Gobierno de Andrés Manuel le retiró algunos de los apoyos a estos canales y entonces ellos sienten que se les perjudicó, pero en nuestra misión solamente regulamos la entrega del dinero a los medios de comunicación, pero el recorte no sólo afectó a los medios de ultraderecha también afectó a todos los medios que están afines a la cuarta transformación, ninguno sobrevivió, todo el mundo sigue haciendo su esfuerzo. Por lo antes mencionado los medios opositores se enojan y criticann al gobierno, pero lo que no se dan cuenta es que esto no le sirve de nada.

Por supuesto en la pregunta que me haces de la jornada es un medio a favor de la 4T, e imagen es opositor, los dos sufrieron recortes pero al final la diferencia es que uno sabe cómo utilizar la información correcta y el otro solo busca hacer negocio, se crean círculos de nunca acabar.

### **¿Se ha visto comprometida la libertad de expresión?**

De ninguna manera, me atrevería a decir que desde hace mucho tiempo es la vez que más he visto libertad de expresión en México, pero otra vez voy a lo mismo, los medios se victimizan y por qué les quitaron su dulce empiezan con los ataques.

**Ricardo Raphael**

### **¿Cuáles han sido las estrategias de comunicación por parte de AMLO?**

Yo creo que la mayoría de ellas las ensayó cuando era jefe de Gobierno en la ciudad y eso lo vuelve, pues un experto. Déjame plantear su estrategia en dos sentidos: Primero, no deja vacíos de comunicación para que sus adversarios no puedan utilizarlos en su contra, y segundo, establece una conversación directa con el público sin intermediario, Incluso ahora, como se ha dicho con las mañaneras. Me parece que su estrategia principal es la conferencia matutina, en la cual él fija la agenda y tiene comunicación directa con su público, que es bastante estable. Para mantener la tensión durante varias horas y durante varios días el tiende a exacerbar la política con declaraciones que rondan los extremos, digamos polarizan y en ese sentido atrae mayor audiencia, los polos opuestos son los encargados de marcar una interacción en la audiencia, traer temas como el enojo, la envidia o el resentimiento ayudan a mantener la tensión.

Por otro lado, un acierto enorme es no dejar vacíos de información, midió muy bien la tragedia comunicativa que significó el gobierno de Enrique Peña Nieto, en dónde la tardanza para responder, la torpeza e Incluso la fabricación de recursos cómo aquella visita que hizo a la UP en donde salió un video claramente planeado dónde los alumnos lo defendían, significó mucha desaprobación hacia la comunicación del gobierno en los últimos años. Tomando su gran experiencia en la Jefatura de Gobierno y tomando la tragedia de lo de Enrique Peña Nieto, él decide no dejar ni un momento en el que no responda hacia un ataque y la mañanera le vuelve a servir para esto, ya que él es el que fija los temas, esto le permite poner a sus adversarios a jugar con el ritmo que él quiere.

### **¿Qué efectos ha tenido su plan comunicativo en los mexicanos?**

Estamos ante una revolución, no de los mensajes comunicativos, sino de las estructuras para emitirlos, en ese sentido creo que la estrategia de comunicación de AMLO transformó la relación entre el poder y los gobernados como nadie lo había hecho, quizá desde la aparición de la televisión y la radio, sabe utilizar muy bien las

redes sociales, pero sobre todo y esta parte es fundamental, lo que crea es una sensación de que está muy cerca de la gente, por supuesto esto es simulado, no me vas a decir que efectivamente en la mañanera el presidente está muy cercano a sus gobernados, él no tiene una conversación con el tipo que vive en la esquina de mi casa o con alguno de mis hijos o con cualquier mexicano, él toma una comunicación unidireccional y el 80% de las personas que están presentes son periodistas que le ponen a modo las preguntas, por eso me atrevo a decir que este sistema de comunicación es virtuoso porque a través de la simulación hace creer a la gente que está muy cerca, creo que va a ser muy difícil para los próximos mandatarios prescindir de este modelo de comunicación, creo que AMLO está marcando época y está cambiando los modelos de comunicación.

Ante la pregunta puntual de cuál es el efecto que causa en los mexicanos, es un efecto muy contundente porque él es el centro de la conversación y se hace presente todo el tiempo, es muy interesante ver cómo él puede saltarse a los medios de comunicación pero los medios de comunicación no se lo pueden saltar a él, la interacción se vuelve demasiado intensa.

El tono que toma cuándo habla es muy importante ya que utiliza los sentimientos para prender los receptores emocionales de su audiencia, es por eso que está hasta en la cabeza de sus adversarios, su tono hace que esté presente siempre.

### **¿Se han enfocado más en el sector público y privado?**

Público, sabe que se tiene que dirigir a la mayoría del país y sobre todo con quienes tiene mayor aprobación.

### **¿Cómo han cambiado los medios a raíz de la entrada de este nuevo gobierno? ¿Qué implicaciones lleva esto?**

Pues mira, yo creo que Andrés Manuel tiene muy bien medido qué medios necesita para gobernar y cuáles no, no creo que sea una decisión arbitraria tener tan cerca a Televisa o a TV Azteca y claro que también a otros grupos que son muy influyentes en sus acciones.

Él no come lumbre, tiene muy cerca a Bernardo Gomez y a Azcárraga y suficientemente lejos a gente por ejemplo del financiero, no es un distanciamiento con los medios, se trata de un distanciamiento selectivo. Ahora, yo me haría una pregunta distinta a la que me estas haciendo y sería ¿Cuál es la relación del presidente con los trabajadores de los medios? Esto es una cosa distinta, los medios son sus dueños y ahí sí me atrevería a decir que la relación con el periodismo como oficio es una de las más raspadas, ¿no?, A ver, de un lado los dueños de los medios importantes están muy preocupados que sus periodistas no los hagan quedar mal o no les creen una distancia innecesaria con el presidente, y por otro lado inventan periodistas y esto trae muy enojado al gremio, es muy raro que un periodista serio mantenga frecuencia en la mañanera, claro que hay periodistas serios que van a la mañanera, pero la mayoría de los que asisten cotidianamente no son periodistas, claro que esto enoja a los medios y ha hecho que el presidente tome una gran distancia con ellos. Este asunto es muy curioso, de un lado tiene muy cerca a los medios más poderosos y del otro tiene a muchos en contra, esto permite un diálogo entre ellos, es una cosa perversa pero bien pensada. Hay que sumar que el ecosistema mediático está cambiando, hay páginas de internet que son muy influyentes pero que no son negocio, es más, era negocio antes porque el Gobierno invertía publicidad a precio alzado en esas páginas, voy a decir la página del universal, por ejemplo, que era la página más vista hasta hace poco, ahora es la de milenio, pues obviamente cuando les daban recursos ellos ganaban poder, pero en el momento en el que el gobierno les retira ese apoyo los debilita y mientras unos medios se caen, otros se hacen más fuertes. A raíz de esto surgen nuevas páginas de personas que no son periodistas y dan pie a esta simulación que te he dicho, incluso algunas de esas páginas que han surgido, no te lo puedo comprobar, pero hay evidencia para pensar que son financiadas por el gobierno.

**¿Cómo han afectado los medios opositores a la 4T y como han beneficiado los medios a fines a la 4T? ¿Con qué fines se ha recortado el presupuesto para la propaganda pagada por el gobierno de algunos medios, como por ejemplo**

## **imagen TV? Y por el contrario ¿Por qué se ha aumentado el presupuesto para otros, como por ejemplo la jornada?**

Yo tengo la impresión de que no hay muchos medios opositores, podríamos hablar de *Reforma* por ejemplo, *Reforma* si se imaginó a sí mismo como un grupo en contra de Andrés Manuel López Obrador y eso es lo que más ha generado tensión entre ellos, eso junto con el nombramiento de Alejandro Junco como director del periódico, recordemos que él trabajó con Ricardo Anaya en su campaña, ellos si están, se podría decir en guerra con el presidente. A pesar de que Televisa ha sido un duro crítico para el Gobierno de Andrés Manuel López Obrador, él siempre los ha tenido cerca, sabe lo que le conviene y no lo atacan. Por otro lado, tienes la creación de nuevas plataformas por parte de periodistas en dónde crean espacios para poder contestarle al presidente, plataformas como Latinus me atrevería a decir que son plataformas de prensa militante, eso sí, atacan directamente y abiertamente al presidente, pero por el gran control que éste tiene sobre los medios es muy complicado que le afecte.

Quitando estos medios, podríamos hablar de grupo Radio Fórmula, pero ellos son tan plurales que es muy difícil saber qué tendencias toman, entonces tienes a cada medio abordando sus temas conforme a sus intereses y también el presidente le retira los ingresos a los periódicos de acuerdo a sus intereses, Andrés sabe jugar muy bien su juego. A pesar de que tiene una buena relación con los Vázquez Raña, que son los dueños de *Imagen* y *Excélsior* sabe que no le conviene lo que dicen entonces, pues retira ese apoyo.

## **¿Se ha visto comprometida la libertad de expresión?**

Es una respuesta muy complicada de dar, supón que primero tenemos que darla en términos comparados, yo si me atrevería a decir que viví momentos muy complicados de censura previo a la llegada de López Obrador, alguna crítica fuerte que en algún momento me tocó hacer me llevó a que me corrieran de un medio en el que lleva 20 años trabajando. Sí me tocó en ocasiones ciertas investigaciones o ciertos ángulos enfatizados sobre ciertos temas, sí me tocó presión sobre los

directivos y los dueños de los periódicos en los que trabajé. Yo te diría que venimos de una época con censura sutil, en dónde se compraba la pluma de los periodistas y de la publicidad, el régimen anterior lo que hacía era en lo oscurito jalar el cable y hacer pagos por consultoría pero sobre todo por publicidad y eso si era un esquema de censura general, creo que hoy por hoy ya no pasa eso, y si pasa que dinero tan mal gastado, los aduladores del presidente son malísimos.

Por otro lado, a mí no me ha tocado ninguna llamada de atención por algo que he dicho, no me han corrido de donde trabajo por mis declaraciones, no me ha tocado que me reduzcan el ingreso por algo que haya dicho, lo que si te toca con frecuencia son dos tipos de mensajes: 1. No lastimes la relación de nuestros patrones con el presidente, a los dueños les conviene mucho tener una buena relación con el presidente, entonces te lo encargan, es una petición mucho más sutil. 2. Cuando el Presidente menciona algún periodista o columnista en la mañanera pone muy nervioso a los dueños de los medios en donde trabajan, muy nerviosos, si ejerce un mecanismo de censura el presidente al mencionar el nombre de los periodistas en sus mañaneras, el periodista sabe que va a poner en jaque a los medios y por eso saca esta información, es aquí cuando los medios piden a sus trabajadores evitar este tipo de menciones.