

DIVERGENCIAS ENTRE LA OPOSICIÓN Y EL GOBIERNO DE AMLO. OBSERVACIÓN DESDE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA.

**Divergences Between the Opposition and the AMLO Government.
Observation from Political Communication**

Roberto Sánchez R.

Instituto de Investigaciones Bibliográficas¹
sanchezrobin7@gmail.com

La propuesta de observar el comportamiento de los medios que aquí llevamos a cabo se fundamenta en la teoría de N. Luhmann (2020), para quien “la sociedad es pura comunicación porque es una inmensa red de puntos comunicativos” (Torres Nafarrete, 2000, p. XIII). La observación del comportamiento mediático se realiza de manera directa, ya que cumplen la función de generar el ambiente del espacio público donde ocurre el encuentro de los actores del sistema político.

El planteamiento del sistema político del cual hablamos es el republicano, y esto es presentado como el punto de entrada a la estructura de dicho sistema. Ahora bien, se reconoce como República a la comunidad política que, por su esencia y forma, se plantea el desafío de gobernar la vida en común de los ciudadanos a través de leyes, estatutos de civilidad y de libertad en el marco de la cultura democrática.

Este texto comprende la comunicación política como marco interdisciplinario, en donde se considera a la vida pública como un mundo de relaciones entre los subsistemas de la estructura. El contenido de esa vida pública, en principio, es la política, la cual puede explicarse desde diferentes tipos de relación establecidos entre los individuos y los grupos de esa estructura. También se recuperan de la comunicación los

¹ Investigador en retiro.

términos de espacio y tiempo, quienes dan fundamento al concepto de acontecimiento, en el marco de la definición de coyuntura y sobre todo de coyuntura política. Si bien esta idea está elaborada desde la perspectiva de la sociología política del concepto de acontecimiento de M. Weber, se valida por los factores de importancia de los hechos y de las deliberaciones sobre los mismos (M. Weber, 1969).

Ahora bien, en el presente ensayo son considerados como elementos de la estructura básica de la comunicación mediática a los actores (individuales o colectivos), los medios (incluida la red) y los públicos o audiencias (incluyendo movimientos sociales), esta es una forma de seguir la propuesta del autor francés D. Wolton para definir las bases disciplinarias de este tipo de comunicación.

A manera de hipótesis, con base en Wolton, sostenemos que la comunicación política es el sistema de mensajes que son el contenido del subsistema de medios y que sirven de interfaz entre los actores políticos y la sociedad.

Al parecer, de acuerdo con las investigaciones en materia mediática y política, podemos afirmar que en México existen dos bloques mediáticos unos de tipo digital y los tradicionales. Al respecto, dentro de esta dualidad mediática, encontramos una variante de medios de tipo opositor al sistema gubernamental, el cual funciona de manera corporativa y liderados por la Cámara de la Industria de Radio y Televisión y los grandes consorcios empresariales que incluyen medios y empresas. Por el otro lado, está el bloque gubernamental con el Sistema Público de Radiodifusión.

En este trabajo, dentro de las características de diferenciación entre los bloques establecidos, señalamos que en México hay alrededor de 2,700 medios en circulación, tanto electrónicos como impresos y la mayoría en la red de internet.

También es conocido que las principales empresas mediáticas cuentan con plataformas digitales. En el desarrollo de sus trayectorias, en-

contramos que algunos pertenecen a diferentes consorcios financieros (de medios y empresas privadas) que se han integrado en grupos corporativos y que actúan como tales frente al gobierno.

Esta acción corporativa se presentó, en el marco de su trayectoria, hacia finales de la centuria pasada y se materializó en las dos últimas décadas del presente siglo. A principios de esta centuria se destaca la centralidad de los medios y la definición de la agenda pública, la cual era asumida por el grupo gobernante como parte de su relación mediática. De acuerdo con su propia evolución, hubo intentos de controlar la presencia mediática con leyes y decretos impulsados desde las esferas gubernamentales (2007 y 2013) que no evitó su crecimiento en el control del ambiente mediático, y su influencia se tornó política. También, muchos medios de diferentes consorcios o holdings fueron financiados con dinero público a través de diferentes esquemas publicitarios y acuerdos políticos entre gobernantes y empresarios.

Durante tres décadas el surgimiento de dos grandes consorcios financieros y mediáticos se estableció en México, un duopolio, constituido por las empresas Televisa y TV Azteca. Pero el cambio surgido en 2018 trajo consigo nuevas formas de la relación medios y gobierno.

La relación establecida entre el gobierno y las empresas en materia mediática comprende al duopolio, quienes tienen la siguiente cobertura de medios: TV Azteca: 300 canales concesionados, de los cuales 2 son de cobertura nacional; Televisa: 256 canales concesionados, de ellos cuatro de mayor cobertura, dos nacionales y dos semi nacionales.

Estas cifras se han mantenido como bloque mediático, cuya cobertura nacional abarca más del 90.0% del espacio de teledifusión; a esto agregamos el manejo de otras empresas financieras y de otro ramo, ese ambiente mediático funciona actualmente, bajo el criterio económico de mercado.

Se puede agregar que hay otros grupos financieros y comerciales que cuentan actualmente con canales concesionados. Sólo por mencionar

algunos, tenemos el grupo de Olegario Vázquez Raña y el periódico Excelsior y sus canales de televisión, además de otros negocios de salud.

Por su parte, el grupo estatal bajo la coordinación del Sistema Público de Radiodifusión está funcionando con 42 estaciones, 69 permisionadas, 27 no funcionan, y en total cuentan con el 71.11% de la cobertura nacional en 29 estados; se destacan dos canales de cobertura semi-nacional, el canal 14 y el canal 11.

De manera gráfica tenemos:

TABLA 1
Sistemas concesionados y públicos

Concesionados	Públicos
CIRTV	SPR
Televisa 256 2, 4, 5 y 9	42 estaciones Canales 11, 14, 22, 20 UNAM, TV Educativa, TV del Congreso.
Azteca 300 1, 7	Portal de Internet Radio
Empresas con medios Excélsior Portales de Internet Radio	

Nota: Fuente: SPR. www.spr.gob.mx (elaboración del autor).

En este panorama, vemos cómo la comunicación política es una actividad de diferentes componentes en su estructura, donde la acción de actores políticos, en el espacio público mediático digital, sostenido en diferentes tipos de interfaces, sobre todo las plataformas digitales y las redes socio digitales, reproducen los mensajes o contenido de la propaganda o marketing político.

Como sabemos, los medios tradicionales son los principales productores de esos contenidos que se reciclan en la red. Por eso, con N. Luhmann, sostenemos que la “sociedad es pura comunicación porque es una inmensa red de puntos comunicativos” (Torres Nafarrete, 2000).

La comunicación política en la era digital es una retícula donde los usuarios son nodos que reciben y envían mensajes de manera sucesoria e instantánea, el espacio y el tiempo son conceptos clave para ambos bloques mediáticos. También, la accesibilidad (acceso) y la conectividad (conexión) son vitales para poder establecer la interacción comunicativa, en la estructura de los medios tradicionales y digitales, esta brecha ha cambiado desde 2018, como ya apuntamos líneas antes.

En este aspecto, los medios digitales definen una asociación de intereses, donde se ha dado mayor relación con los usuarios, o audiencias; desde esta orientación de la nueva cultura digital, las empresas del marketing se encargan de conjuntarlos y los usuarios se alinean con su similares en interés y forman colectividades que están al tanto de la vida pública, política por definición.

Desde la teoría de la comunicación política se resalta la importancia de la transición que se dio a partir de 2018 en México. Se estableció, por el gobierno, un nuevo modelo de comunicación; empezó por desplazar al modelo tradicional basado en la comunicación de masas, donde el concepto de audiencia implicaba sólo recibir de manera unilateral la información y opinión de medios sin respuesta de amplios sectores de usuarios.

Un factor de política de medios del gobierno consistió en dejar a los medios corporativos sin recibir la misma cantidad de publicidad gubernamental; al mismo tiempo se trasladó el eje del modelo gubernamental a las conferencias diarias del Presidente, durante cinco días a la semana y con duración mayor a dos horas, donde el presidente de la República tematiza los asuntos de interés público en tres grandes secciones, la información, la definición de los grandes temas nacionales y la opinión política del gobernante sobre temas, principalmente político – económicos. Los medios mismos las han llamado las “mañaneras”.

Estas conferencias matutinas se difunden en los medios públicos y los portales digitales del gobierno y cuentan con miles de seguidores en las redes sociales y blogs de apoyo. Los corporativos toman principalmente la información que el gobierno mismo difunde a través de estas conferencias matutinas.

Esto no excluye que el bloque opositor mantenga una crítica permanente al presidente de la República a través de periodistas de opinión. Han sido estos periodistas los que han dado a conocer diversos aspectos críticos del gobierno. Ejemplo de estos casos es el conjunto de escándalos de funcionarios (2022) que provocaron la salida del grupo cercano al poder ejecutivo. Lo mismo aplica respecto a la familia de López Obrador, el caso de su hijo y los bienes inmuebles donde vive (2023).

A este cambio en la relación con los medios tradicionales y digitales de los medios corporativos, a lo largo de los cinco años del gobernante actual, se ha mantenido un control de la agenda mediática y de la opinión pública.

Una fuerte resistencia se ha creado a las políticas públicas gubernamentales y sus empresas mayores. Se han gestado varias acciones y lucha por combatir propuestas de modificación a instituciones autónomas. La resistencia a magnas obras como el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA); el Tren Maya y la Refinería de dos bocas en el estado de Tabasco. Y se pueden enumerar otras acciones legislativas y judiciales.

El resultado político de esas resistencias encabezadas por los hombres de negocios, financieros y comerciantes, se materializa en el surgimiento de lo que se llama el grupo opositor y el apoyo de los medios comerciales. En este bloque opositor participan empresarios, partidos políticos desplazados en 2018 por la ciudadanía y medios corporativos.

Vale la pena recordar aquí algunos datos sobre ese proceso electoral del cambio. Participaron 9 partidos políticos, algunos agrupados en tres coaliciones, y se eligieron 3,406 cargos: presidente de la República, Senadores, Diputados federales y otros locales. Votó el 67% del padrón electoral y hubo 55,039 913 votos válidos. La coalición Juntos haremos historia obtuvo 30,113,483 votos (53.19%), que postuló a Andrés Manuel López Obrador. La Coalición por México tuvo 12,810,120 votos (22.27%), que postuló a Ricardo Anaya. La coalición Todos por México tuvo 9,289,853 votos (16.40%), que postuló a José Antonio Meade K. Un candidato independiente que tuvo 2,961,732 votos (5.23%), Jaime Rodríguez Calderón.

Como evidencia del cambio, podemos afirmar que el sistema sigue siendo republicano, a pesar de la configuración establecida por la oposición como un sistema autoritario gubernamental.

Con este panorama podemos advertir la competencia entre ambos polos, oposición-gobierno, por mantener el control de la agenda pública y la cobertura mediática del país. Este es el campo de análisis centrado en los discursos diferenciados, se recupera la doble tesitura establecida por el gobierno y sus oponentes, donde precisamente los medios difunden diferentes proyectos de país y su futuro mismo. En ese ámbito de la comunicación mediática, diferentes aspectos controvertibles se han presentado y han configurado un discurso específico contra el gobierno de la 4T.

De esta construcción discursiva opositora, retomamos el texto del grupo político autodenominado Colectivo por México (2023): *Un Punto de Partida* donde se localizaron ejes temáticos difundidos en medios, ahora sistematizados, a saber: paz, concordia, democracia, gobernabilidad, igualdad y calidad de vida, salud, educación, cultura. Se agragan:

pobreza, desigualdad, prosperidad, economía, empleo, productividad, marginación y discriminación, mujeres, globalización y medio ambiente (Colectivo por México, 2023)

Estos ejes son desarrollados con índices o subtemas, establecidos con diferentes dimensiones de lo que se necesita como país y su desarrollo. Destaca como eje temático la política y su indicador principal, la corrupción vigente en el sistema político mexicano.

Del seguimiento de medios recuperamos este documento y la presencia pública de un grupo de actores políticos opositores a la denominada política de la 4T y que, por su importancia, marcó un acontecimiento de coyuntura política, también marcó la diferencia mediática entre los oponentes políticos del sistema político.

Así ocurrió el día 31 enero del año 2023, los medios publicaron el documento llamado Punto de Partida, el cual llamó la atención sobre la propuesta establecida y los puntos que se tratan. Al instante se constituyó como una alternativa de narración a la marcha del gobierno de Andrés Manuel López Obrador (2018–2024) en el quinto año del sexenio. Este documento de carácter digital firmado por el Colectivo por México, lo comparamos con el texto del presidente López Obrador (2021): *A la mitad del camino*.

En formato comparado podemos enunciar los Actores y su temática principal en la Tabla 2, con dos columnas, en la primera colocamos el texto del Colectivo por México y, en la segunda el libro del presidente.

TABLA 2
Principales enunciados

Colectivo por México <i>Un Punto de Partida</i>	Andrés Manuel López Obrador <i>A la mitad del camino</i>
Tiempo de construir un México mejor	Cambio de mentalidad en la población
EJES TEMÁTICOS	EJES TEMÁTICOS
Problemática actual Violencia, inseguridad y desigualdad Juventud desgarrada por el crimen, el narcotráfico, la drogadicción Carencia de expectativas y polarización artificial y estéril Mujeres marginación y violencia. Trata y explotación sexual Personas mayores, enfermos crónicos, personas con discapacidad, niños con cáncer, pobreza y soledad	Actual (2021) Hidroeléctrica Sistemas de riego Proyecto del Istmo Tren Maya Pensión adultos mayores Becas a estudiantes Evitar condonaciones a grandes empresas y corporativos Evitar privatización de bienes públicos

<p>Desaparecidos</p> <p>Justicia y apoyo a desplazados</p> <p>Territorios bajo control del crimen organizado</p> <p>Médicos</p> <p>Fuerzas armadas</p>	<p>Plan de desarrollo combate a la corrupción</p> <p>Pemex – Odebrecht</p> <p>Ley eléctrica</p> <p>Fideicomisos</p> <p>Conacyt</p> <p>México es nuestro</p>
<p>Tiempo de construir un México mejor</p> <p>De Cesar la división</p> <p>México uno solo y plural</p> <p>Este es un ejercicio entre iguales...</p> <p>Una nueva oportunidad de construir juntos un futuro mejor</p>	<p>Interés general</p> <p>No concesiones a particulares en materia energética: petróleo, electricidad, minas, agua</p> <p>Impulso de refinерías</p> <p>Tula y Dos Bocas</p> <p>Deer Park</p> <p>Gas</p> <p>Luz eléctrica (ALM, 1960)</p> <p>No alza de impuestos y recuperar adeudos</p> <p>Precios de petróleo y electricidad</p>

Nota: Elaboración del autor.

Aquí se han enunciado y comparado los principales planteamientos de los textos seleccionados para establecer los dos tipos de discursos diferenciados que cristalizan las perspectivas de la agenda mediática durante el actual período gubernamental.

Este seguimiento de información nos ha llevado a conocer el papel de los medios tradicionales y de los medios digitales, el cual consiste en afirmar que, en efecto, sirven de interfaz entre los políticos y los ciudadanos. También podemos señalar que, dentro de los medios del bloque político opositor, se ha construido una imagen desastrosa del gobernante y de su gestión pública.

Por su parte, el gobierno ha marcado la pauta de la agenda pública, excepto contados acontecimientos, donde se manifiestan claramente dos grandes bloques de medios como ya señalamos. Esta misma división se puede traducir como un asunto político de mayor conflicto que es la unidad de la nación. Por eso, ambos bloques se mantienen en el entramado del sistema republicano y donde hay cambios manifiestos en el sistema político mexicano.

El nuevo modelo de comunicación política, digital y tradicional, es de carácter híbrido porque, como dice el analista canadiense Jean Clouthier, los medios se suman y se agregan para servir de interfaz comunicacional, lo cual podemos afirmar hoy y aquí.

Este proceso de seguimiento y análisis de medios hace evidente el cambio en la cobertura del contenido informativo de los mismos, ahora controlada por el gobierno a través del sistema de conferencias ‘mañaneras’. La oposición no ha resuelto este grave problema de política pública sobre la comunicación política actual.

REFERENCIAS

- Colectivo por México. (2023). *Un Punto de Partida*. <https://californiamedios.com/colectivo-por-mexico-presenta-su-libro-punto-de-partida/>
- López Obrador, A. M. (2021). *A la mitad del camino*. Planeta.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Anthropolos.
- Torres Nafarrete, J. (2000). Prólogo. En N. Luhmann. *La realidad de los medios de masas*. Anthropolos.
- Weber, M. (1969). *El Político y el Científico* (R. Aron, Introd.). Alianza.