

Carlos Alejandro Ibarra Hernández
Doctorado En Comunicación Y Mercadotecnia Estratégica
carlos.ibarra@anahuac.mx

INTRODUCCIÓN

Las acciones de comunicación oficial implementadas por el Gobierno de México, específicamente las conferencias matutinas del Presidente, constituyen la principal estrategia para legitimar acciones y programas a través de mensajes calificados como "populistas" por los críticos del régimen. El término "populismo" describe la actitud de algunos líderes políticos que eventualmente toman decisiones unilaterales de carácter excepcional, argumentando qué es lo que el pueblo necesita[1], un proyecto político antiliberal que altera la agenda de gobierno y las estructuras del poder, para refundar la democracia en torno a la unidad líder-pueblo[2], con rasgos característicos entre los que destaca la sustitución del pluralismo político por la búsqueda permanente de un enemigo del pueblo contra el que desplegar un discurso político emocional, maniqueo y moralista[3].

Líderes de opinión, organizaciones de la Sociedad Civil y periodistas ven minimizado el impacto de sus mensajes en el público ante la estrategia discursiva oficial, que ha logrado conservar niveles de aprobación popular cercanos a los que llevaron al candidato, otrora opositor, a la Presidencia de la República.

Los objetivos de este trabajo son determinar, a través del análisis cuantitativo y cualitativo de una muestra representativa de las conferencias presidenciales "mañaneras", si la comunicación del gobierno federal mexicano corresponde o no a la clasificación de populista, y proponer un modelo de comunicación alternativo al oficial vigente.

MATERIAL Y MÉTODO

1. A la luz de un marco teórico, contrastar las actuales prácticas de comunicación presidencial con las de la administración anterior y las de países integrantes del "Foro de São Paulo", que agrupa a partidos y organizaciones de izquierda de América Latina, para determinar si son o no populistas.
2. Identificar y comparar prácticas de comunicación política y social para insertar eficazmente en la opinión pública mensajes objetivos que contrasten con la actual retórica presidencial.
3. Diseñar un modelo de comunicación útil para que partidos, coaliciones y organizaciones de la sociedad civil puedan generar mensajes de impacto en los diferentes segmentos del electorado mexicano.

189 Conferencias "Mañaneras"*	91 Minutos en promedio c/u*	*Al 30 de agosto de 2019 (273 días de gobierno)
IMPACTO MEDIÁTICO:	Solo 100 de mil 128(9%) notas principales de primeras plana analizadas retomaron el mensaje de AMLO del día anterior.	Diarios considerados en la muestra: El Economista; El Financiero; El Universal; Excélsior; Milenio; Reforma; La Jornada.
FACEBOOK:	-6.5 Millones de seguidores; -492 vistas diarias en promedio	Del 30 de julio al 27 de agosto NINGUNO de estos diarios retomó el mensaje inicial de AMLO como nota principal

CONFERENCIAS MATUTINAS DE AMLO**

**FUENTE: SPIN TALLER DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

RESULTADOS

Se espera que el modelo coadyuve a que a los actores políticos y sociales cuenten con una herramienta de contrapeso a la comunicación oficial.

DISCUSIÓN

La investigación está en curso. Se espera poder concluir si la comunicación del actual gobierno federal mexicano corresponde a la definición de "populista", así como obtener elementos útiles para la construcción de un nuevo modelo de comunicación política.



REFERENCIAS

1. Cárdenas GS, Requena C. El Populismo, Una estrategia de movilización política. Lid; 2018.
2. Gratius S, Rivero Á. Más allá de la izquierda y la derecha: populismo en Europa y América Latina. Revista CIDOB d'Afers Internacionals. 2018;119:35–61.
3. Marini AM. El mesías tropical: aproximación a fenómenos populistas actuales a través del discurso de López Obrador. Chasqui, 2018;4(139):153–70.