

Reconfiguración de la Comunicación y Estrategia Política en las Elecciones Mexicanas. El Caso de la Presidencia de Andrés Manuel López Obrador

Reconfiguration of Communication and Political Strategy in the Mexican Elections. The Case of the Presidency of Andrés Manuel López Obrador

Angélica Cazarín Martínez¹

Directora

Centro de Estudios Políticos y Sociales de
El Colegio de Tlaxcala A.C.

angelica.cazarin.mtz@coltlax.edu.mx

Tlaxcala, México

Revista Enfoques
de la Comunicación No. 10
Noviembre 2023, 451-473.
p-ISSN: 2661-6939
e-ISSN: 2806-5646
Recibido: 7-ago-2023
Aceptado: 26-sept-2023

451

Resumen

La comunicación política es la principal herramienta de interacción entre los partidos y sus representados. Dicha herramienta ha experimentado transformaciones significativas en las últimas décadas, desempeñando un papel fundamental en las democracias actuales, y permite, al menos idealmente, una interacción más funcional entre

¹ Doctora en Desarrollo Regional por El Colegio de Tlaxcala A.C., Miembro del SNI de CONACYT; ha sido Presidenta de El Colegio de Tlaxcala A.C. –marzo 2019 a septiembre del 2021–, ha sido Presidenta de la Sociedad Mexicana de Estudios Electorales A. C. –2019–2021–; actualmente es Directora del Centro de Estudios Políticos y Sociales de El Colegio de Tlaxcala A.C. –septiembre de 2022– y Profesora–investigadora adscrita al Centro de Estudios Políticos y Sociales y coordinadora del Doctorado en Gobierno y Desarrollo de la misma institución. Investigadora visitante en el Latin American Caribbean Center de Florida International University en Miami, Florida. Líneas de investigación: democracia, partidos políticos y elecciones, gobiernos locales, alternancia, participación política transparencia y rendición de cuentas. Colabora como socia activa en importantes redes académicas nacionales e internacionales como: SOMEE A.C., AECP y PIRC–CIDE. Es miembro de distintos Comités Editoriales de publicaciones con clasificación CONACYT. Ha sido evaluadora de fondos sectoriales, programas de investigación de CONACYT, dirigido revistas científicas y coordinado grupos de investigación. Su especialización le ha permitido participar en múltiples eventos académicos de carácter nacional e internacional. De su producción científica cuenta con poco más de 70 publicaciones académicas entre artículos científicos, libros y capítulos de libros.

los actores políticos y la ciudadanía. Esto facilita, a su vez, la transmisión de ideas, propuestas y mensajes para la toma de decisiones políticas, impactando en el comportamiento de la participación ciudadana y la formación de opinión pública. Escenario del que México no puede abstraerse y donde los actores políticos han adoptado nuevas formas de comunicación, estableciendo vínculos con los ciudadanos y difundiendo su mensaje de manera más efectiva, todo ello impulsado por el avance tecnológico y la aparición de nuevas plataformas, las cuales ofrecen cambios en esa nueva interacción que no es ya solo útil en momentos electorales y de campañas, sino en el ejercicio mismo de gobierno, como ha sido el caso del Presidente mexicano Andrés Manuel López Obrador. El presente trabajo se propone indagar sobre la importancia de las nuevas formas de comunicación política como estrategia, analizando a líderes políticos como el Presidente mexicano con un enfoque discursivo particular, lo cual permea su relación con medios de comunicación e influencia a la opinión pública.

Palabras clave: comunicación, política, elecciones, México

Abstract

Political communication, the main tool for interaction between parties and their constituents, has undergone significant transformations in recent decades, playing a fundamental role in current democracies, allowing, at least ideally, a more functional interaction between political actors and citizens, facilitating the time, the transmission of ideas, proposals and messages for political decision-making, impacting the behavior of citizen participation

and the formation of public opinion. Scenario from which Mexico cannot be abstracted and where political actors have adopted new forms of communication, establishing links with citizens and disseminating their message more effectively, all driven by technological progress and the appearance of new platforms that offer changes in that new interaction that is no longer only useful in electoral and campaign moments, but in the very exercise of government, as has been the case of the Mexican President Andrés Manuel López Obrador. This article intends not only to investigate the importance of the new forms of political communication as a strategy, analyzing political leaders such as the Mexican president with a particular discursive approach, permeating their relationship with the media and influencing public opinion.

Keywords: communication, politics, elections, Mexico

La Comunicación Política y su Importancia en la Democracia

La comunicación política desempeña un papel fundamental en la sociedad democrática actual, ya que permite la interacción entre los actores políticos y la ciudadanía, facilitando la transmisión de ideas, propuestas y mensajes para la toma de decisiones políticas. Ese tipo de comunicación, entendido como el intercambio de información y mensajes entre los actores políticos y la ciudadanía, se ha convertido en un fenómeno cada vez más relevante en las democracias contemporáneas. Según Norris (2011), la comunicación política tiene como objetivo principal persuadir y movilizar a la opinión pública, influyendo en las actitudes y comportamientos políticos de los ciudadanos.

Además, dicha comunicación puede manifestarse a través de diferentes medios y canales, desde los discursos políticos, los debates televisados, hasta las redes sociales. En este sentido, la revolución tecnológica y el advenimiento de las redes sociales han transformado la manera en que se lleva a cabo, ampliando el alcance y la velocidad de la información política (Chadwick, 2013).

Así, la comunicación política desempeña un papel esencial en la participación ciudadana y en el fortalecimiento de la democracia. Según Coleman y Blumler (2009), una comunicación eficaz puede fomentar la participación política de los ciudadanos, motivándolos a informarse, debatir y ejercer su derecho al voto. Además, permite la rendición de cuentas a los políticos y promueve la transparencia en la toma de decisiones políticas (Patterson, 2013); sin embargo, es importante destacar que también puede ser objeto de manipulación y distorsión de la información, sobre todo en la era de las noticias falsas y la posverdad.

En este contexto, la comunicación política enfrenta desafíos significativos en cuanto a la veracidad y la confiabilidad de los mensajes políticos (Graves, 2016). Los actores políticos pueden utilizar estrategias de comunicación engañosas para influir en la opinión pública y desacreditar a sus oponentes políticos (Jamieson, 2018), lo que evidentemente pone en riesgo la calidad del debate democrático y la formación de una opinión pública informada.

La Comunicación Política y su Impacto en las Elecciones

La comunicación política desempeña un papel fundamental en el proceso democrático, especialmente en momentos electorales, dado que, a través de diversos

canales y medios de difusión, los políticos buscan persuadir, informar y movilizar a los votantes y así influenciar en los resultados a su favor.

Como se mencionó, la comunicación de corte político es esencial para establecer vínculos entre los candidatos y los electores. Según Smith y Padgett (2020), “la comunicación política efectiva es crucial para construir una imagen pública favorable y ganarse la confianza de los votantes” (p. 45), por lo que los políticos utilizan diversas estrategias de comunicación, como discursos, debates, publicidad y redes sociales, para transmitir su mensaje y persuadir a los electores.

En este marco, los medios de comunicación desempeñan un papel destacado durante las elecciones. Como afirman González y Torres (2018), “los medios son intermediarios clave entre los políticos y los votantes, ya que son responsables de informar sobre las propuestas, los escándalos y los eventos relacionados con las campañas” (p. 72). Los medios de comunicación, en consecuencia, tienen la capacidad de moldear la opinión pública a través de su cobertura y enfoque selectivo.

Al mismo tiempo, la imagen y la retórica son elementos cruciales en la comunicación política. Como señala Johnson (2021), “los políticos suelen utilizar estrategias de imagen cuidadosamente construidas y retórica persuasiva para generar empatía y confianza entre los votantes” (p. 89). La apariencia, el lenguaje corporal y el discurso de los candidatos pueden influir en la percepción del electorado y, en última instancia, en los resultados electorales.

Asimismo, en los últimos años, las redes sociales sin duda han transformado la comunicación política y su impacto en las elecciones. Según Jones (2022), “las redes sociales proporcionan una plataforma poderosa para que los políticos lleguen directamente a los votantes, promuevan su agenda política y movilicen apoyo” (p. 117), por lo que la inmediatez y la capacidad de interacción de las redes han cambiado trascendentalmente la forma en que los candidatos se comunican con los electores.

Partidos Políticos y Comunicación Política

Los partidos políticos y la comunicación política desempeñan un papel fundamental en los tiempos electorales, ya que son los principales actores encargados de difundir las propuestas, convencer a los votantes y obtener su apoyo. A lo largo de la historia, se han utilizado diversas estrategias de comunicación para alcanzar estos objetivos.

En primer lugar, es importante destacar que los partidos políticos son organizaciones que representan distintas corrientes ideológicas que buscan acceder al poder para implementar sus programas de gobierno. Según Smith (citado en García y Torres, 2018), “los partidos políticos son una parte esencial de la democracia, ya que canalizan los intereses de la sociedad y permiten la participación ciudadana en la toma de decisiones” (p. 27). En tiempos electorales, los partidos utilizan todo tipo de herramientas clave para persuadir a los votantes, además de diferentes medios y estrategias, como los discursos políticos, los debates, los mítines y las redes sociales. Según Torres (2021), “la comunicación política tiene como objetivo principal influir en la opinión pública y generar una imagen

positiva del partido, así como transmitir sus propuestas y mensajes clave de manera efectiva” (p. 52).

Lo cierto es que la comunicación, en específico la de corte política, en tiempos electorales se ha vuelto cada vez más compleja debido al avance de la tecnología y las redes sociales; por ello, los partidos políticos han tenido que adaptarse a las nuevas plataformas digitales para llegar a un mayor número de votantes. Según Pérez (2022), “las redes sociales se han convertido en un espacio fundamental para la comunicación política, ya que permiten una interacción directa con los ciudadanos y la difusión rápida de mensajes” (como se citó en García y Rodríguez, p. 86).

No obstante, también es importante tener en cuenta los desafíos comunicativos que enfrentan los partidos políticos durante los tiempos electorales. Según López (2020), “la saturación de información y la falta de confianza en los partidos políticos son dos obstáculos importantes que dificultan la efectividad de la comunicación política” (p. 74); en consecuencia, los partidos políticos deben esforzarse por generar mensajes claros y transparentes, así como establecer canales de comunicación bidireccionales que fomenten la participación ciudadana y retroalimenten sus propias plataformas y propuestas.

En el caso del sistema político mexicano, a lo largo de la historia los partidos políticos han sido actores clave en la representación de los intereses de la sociedad y en la promoción de sus propuestas políticas; lo cierto es que estos se han transformado a lo largo del tiempo. Según Mora y Ramírez (como se citó en Sampedro y Berganza, 2020), el sistema de partidos mexicano ha pasado por varias transformaciones, pues desde la consolidación

del régimen posrevolucionario, “El sistema de partidos en México ha pasado por diferentes etapas a lo largo del tiempo, desde la hegemonía del Partido Revolucionario Institucional [PRI] hasta la apertura democrática y la diversificación del sistema de partidos” (p. 45).

En este contexto, la comunicación política en México ha experimentado cambios significativos con la llegada de las tecnologías emergentes y el auge de las redes sociales. Según Canel y Luengo (2019), este tipo de comunicación en el país ha transitado de un modelo centrado en los medios de comunicación tradicionales a un modelo en el que las redes sociales desempeñan un papel crucial. Continuando con los autores: “La irrupción de las redes sociales ha cambiado radicalmente la forma en que los partidos políticos se comunican con los ciudadanos en México” (p. 92); así, “La comunicación política se ha convertido en un factor determinante para la competitividad de los partidos políticos en México” (López, 2018, p. 75). Además, el mismo López destaca que dicha comunicación no solo implica la difusión de mensajes, sino también la escucha activa de los ciudadanos y la construcción de vínculos de confianza.

En este marco, entender a la comunicación como estrategia política se torna fundamental como parte del proceso electoral y democrático, y el sistema mexicano no es la excepción. En el contexto mexicano, dicha comunicación se lleva a cabo a través de diversos canales, como discursos públicos, entrevistas en medios de comunicación y redes sociales. La estrategia política, por otro lado, implica el diseño y la implementación de acciones con el objetivo de alcanzar metas específicas. Según Navarro (como se citó en Canel y Callejo, 2021), la estrategia política

“es el conjunto de decisiones y acciones que los actores políticos llevan a cabo para alcanzar sus objetivos políticos y mantener o mejorar su posición de poder” (p. 78). Además, la estrategia política está estrechamente vinculada a la comunicación de corte político, ya que implica la elección de los mensajes y la forma en que se transmiten estos para lograr los objetivos políticos.

En México, tanto la comunicación como la estrategia política están fuertemente influenciadas por el entorno político y social del país. De acuerdo con Ríos (2020), México ha experimentado importantes cambios políticos en los últimos años, lo que ha generado una mayor demanda, más transparente y cercana a la ciudadanía. Asimismo, la estrategia política en México ha evolucionado para adaptarse a un entorno político más competitivo, donde los partidos políticos y los candidatos deben desarrollar estrategias creativas y efectivas para ganar el apoyo popular.

En este sentido, las elecciones presidenciales de 2018 en México fueron un claro ejemplo de la importancia de la comunicación política y la estrategia política en el país. El candidato ganador, Andrés Manuel López Obrador [AMLO], utilizó una estrategia basada en la comunicación directa con la ciudadanía a través de las redes sociales, transmitiendo mensajes de cambio, combate a la corrupción y esperanza (Hernández, 2019), estrategia comunicativa altamente efectiva dado que movilizó de forma importante el apoyo popular de la ciudadanía, logrando una victoria electoral contundente, ganando con el 53.19% de los votos a nivel nacional, siendo entonces el candidato de la coalición «Juntos Haremos Historia», de acuerdo con el resultado final de los cómputo distrital.

Desde el primer momento, AMLO implementó como mecanismo de comunicación y estrategia política a «Las mañaneras»,² las cuales han emergido como un instrumento de comunicación crucial para su presidencia. Estas son conferencias matutinas diarias lideradas por el Presidente mexicano, quien todos los días interactúa directamente con la prensa, y donde se abordan diversos temas, desde asuntos políticos y económicos hasta cuestiones sociales y de seguridad. Esta actividad matutina se ha transformado en una estrategia política para mantener informada a la ciudadanía en aras de la transparencia y la rendición de cuentas gubernamentales para fortalecer al mismo tiempo uno de sus slogans más importantes a lo largo de toda su campaña, y también ya como Presidente: “No mentir, no robar, no traicionar”.

«Las mañaneras» se desarrollan en un formato de preguntas y respuestas, donde los periodistas presentes tienen la oportunidad de cuestionar al Presidente sobre diversos temas. El propósito principal de estas conferencias es ofrecer un canal directo de comunicación entre el Presidente y la sociedad, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas gubernamentales. Además, permiten a López Obrador abordar temas de actualidad, aclarar malentendidos y establecer la agenda mediática.

Es importante mencionar que uno de los aspectos más notables de «Las mañaneras» es su alcance. A través de transmisiones en vivo en medios de comunicación y

² El Presidente López Obrador denomina «Las mañaneras» a las conferencias de prensa que cada mañana ofrece desde Palacio de Gobierno, afirmando que es un ejercicio democrático de comunicación circular entre el gobierno y para conocimiento de la ciudadanía, esto a través de la interacción directa con los diferentes medios de comunicación del país.

plataformas digitales, las conferencias llegan a un amplio público, tanto a nivel nacional como internacional. Esto ha contribuido a una mayor participación ciudadana en la política y los asuntos gubernamentales, ya que las personas tienen acceso directo a la voz presidencial y a la información de primera mano.

El uso constante de «Las mañaneras» ha influido en la percepción pública de AMLO. Al enfrentar preguntas difíciles y debatir temas polémicos en un entorno público, el Presidente ha proyectado una imagen de apertura y autenticidad. Sin embargo, también ha sido objeto de críticas por parte de aquellos que ven estas conferencias como una herramienta de manipulación mediática. «Las mañaneras» han generado también opiniones divididas entre la sociedad y la academia: algunos argumentan que estas conferencias fortalecen la democracia al promover la transparencia y permitir un diálogo directo entre el gobierno y la ciudadanía; y otros sostienen que el formato puede ser utilizado para desviar la atención de temas cruciales o para evitar cuestionamientos incómodos.

Lo cierto es que, de alguna forma, la permanencia de este canal de comunicación le ha redituado en positivo, manteniendo a cinco años de gobierno una importante popularidad y aceptación en torno a su imagen y gestión de gobierno, que si bien tuvo un descenso no puede ser calificado aun de descredito, pues pasó del 60.9% en el mes de julio de 2023 a 56.5% en el siguiente mes del mismo año –ver Figura 1–.

Figura 1*Aprobación de Andrés Manuel López Obrador*

Nota: Fuente: Consulta Mitofsky; como se citó en El Economista, (2023, 07 de agosto)

Lo cierto es que «Las mañaneras» se han convertido en un mecanismo de comunicación icónico durante la presidencia de AMLO. Su rol en la transparencia gubernamental, la participación ciudadana y la construcción de la imagen presidencial es innegable, y aunque existen opiniones diversas sobre su efectividad y objetivos, no se puede negar que estas conferencias han transformado la manera en que la sociedad se relaciona con el gobierno en México.

Ahora bien, también es cierto que la comunicación política y la estrategia política enfrentan desafíos en México, uno de los principales es la desinformación y la manipulación de la opinión pública a través de las redes sociales y otros medios de comunicación. Según Juárez (2022), la difusión de noticias falsas y la utilización de tácticas de desinformación pueden afectar negativamente la confianza en las instituciones políticas; por lo tanto, es necesario fortalecer

la regulación de los medios de comunicación y promover la alfabetización mediática entre la ciudadanía.

Las Nuevas Formas de Comunicación Política y Estrategia Política a través de las Tecnologías Emergentes y Redes Sociales en México

En la era de la información y la conectividad digital, las tecnologías emergentes y las redes sociales han revolucionado la manera en que se lleva a cabo tanto la comunicación como la estrategia política en México. Estas herramientas digitales han democratizado el acceso a la información y han permitido la participación ciudadana de una manera sin precedentes. El impacto de las nuevas formas de comunicación y estrategia política, a través de las tecnologías emergentes y redes sociales en México, influyen sin duda en la participación ciudadana y en el proceso electoral.

Las redes sociales han adquirido un papel fundamental en la difusión política en México. A través de plataformas como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*, los políticos y partidos pueden difundir sus mensajes de manera directa y masiva, estableciendo un diálogo interactivo con los ciudadanos (Pérez, 2019). Esta interacción directa permite una mayor cercanía entre los representantes políticos y la ciudadanía, lo cual fomenta la transparencia y la rendición de cuentas, siendo un claro ejemplo la presidencia de AMLO.

En este contexto, la estrategia política ha evolucionado con la incorporación de las tecnologías emergentes y las redes sociales. Los políticos y partidos en México han comprendido la importancia de utilizar estas plataformas para difundir sus propuestas, promover su imagen y movilizar a sus seguidores (Gómez, 2020).

Mediante el uso de anuncios pagados, segmentación de audiencias y la viralización de contenidos, se busca alcanzar un mayor alcance y visibilidad en la sociedad. Al mismo tiempo, estas herramientas digitales han fomentado la participación ciudadana en el ámbito político. A través de plataformas como Change.org o Avaaz, los ciudadanos pueden iniciar y firmar peticiones en línea, lo cual les permite expresar sus demandas y presionar a las autoridades (Hernández, 2021). Además, las redes sociales han facilitado la organización de movimientos sociales y protestas, como se ha visto en casos como el movimiento estudiantil #YoSoy132 en México, en 2012.

El Papel de las Instituciones Electorales y al Comunicación Política en México

En México, las instituciones electorales desempeñan un papel fundamental en el proceso democrático del país. Las elecciones periódicas permiten a los ciudadanos ejercer su derecho al voto y elegir a sus representantes y, al mismo tiempo, la comunicación política facilita el intercambio de información y opiniones entre los actores políticos y la ciudadanía.

Las instituciones electorales en México son responsables de organizar y supervisar las elecciones, garantizando la transparencia, imparcialidad y equidad del proceso. El Instituto Nacional Electoral [INE] es el órgano autónomo encargado de la administración de los comicios, así como de regular y sancionar las actividades de los partidos políticos. Según Calderón (2020), el INE ha sido fundamental para fortalecer la democracia mexicana y ha contribuido a la construcción de una cultura cívica.

Existe una estrecha relación entre las instituciones electorales y la comunicación política en México: por un lado, las instituciones electorales regulan y supervisan dicha comunicación para evitar prácticas ilegales o fraudulentas, asegurando la igualdad de oportunidades para todos los actores políticos; por otro lado, las instituciones electorales deben informar a la ciudadanía sobre los procedimientos electorales y promover la participación activa. El reto para que esta interacción sea funcional está en la regulación, y si bien el INE regula el pautaado en medios de comunicación tradicionales, el problema reside en la regulación de las nuevas plataformas digitales, pues son muchas y muy diversas, por lo cual la infraestructura de vigilancia por parte del INE debería ser mayor, aunque redundaría en un tema de mayor financiamiento, asunto en el que el Presidente AMLO tiene puesto el foco, en tanto su gobierno se rige por una clara y normada austeridad cuando afirma: “no puede haber gobierno rico y pueblo pobre” (AMLO, 2022).

Comunicación Política, Poder y Gobernabilidad en México

La comunicación política juega un papel fundamental en el ejercicio del poder y la gobernabilidad en cualquier país. Antes se ha reiterado que los líderes políticos utilizan diversas estrategias y técnicas para transmitir sus mensajes, generar apoyo y mantener una conexión con la ciudadanía. En México, la presidencia de AMLO ha marcado un parteaguas, donde uno de los aspectos distintivos de su forma de comunicarse ha demostrado su habilidad para dialogar directamente con la ciudadanía, utilizando un lenguaje claro y accesible. Según Sánchez-Andrade (2020), López Obrador emplea un estilo de comunicación sencillo y cercano, buscando establecer una conexión emocional con la población.

El discurso político de López Obrador se caracteriza por la repetición de frases y mensajes clave, lo cual ha sido identificado como una estrategia para consolidar su imagen y marcar un posicionamiento político claro. En palabras de Díaz (2019), “la reiteración constante de ciertas ideas y palabras es una táctica utilizada por López Obrador para enfatizar su agenda y transmitir un mensaje unificado” (p. 215). Otro aspecto relevante es su relación con los medios de comunicación. Desde el inicio de su mandato, el Presidente ha buscado establecer una comunicación directa con la ciudadanía, utilizando las redes sociales y las conferencias matutinas como herramientas principales. Esto ha sido interpretado por algunos como un intento de eludir el filtro mediático y transmitir sus mensajes sin intermediarios (Rodríguez, 2021).

A pesar de ello, López Obrador no ha descuidado la relación con los medios tradicionales; ha mantenido una presencia constante en los medios de comunicación, concediendo entrevistas y participando en programas de televisión. El Presidente mexicano ha buscado equilibrar su estrategia comunicativa entre la comunicación directa con la ciudadanía y la interacción con los medios, reconociendo la importancia de ambos canales (Jiménez, 2022). Esta acción le ha brindado un impacto significativo en la opinión pública. Sus mensajes y discursos han logrado movilizar a amplios sectores de la sociedad mexicana, generando altos niveles de apoyo popular. Según González (2021), la capacidad de López Obrador para conectar emocionalmente con la población y presentarse como un líder cercano y comprometido, ha contribuido a su popularidad y a la consolidación de su base de seguidores; sin embargo,

a la vez mantiene una relación tensa con los medios de comunicación generando preocupaciones sobre la libertad de prensa y el acceso a la información en México (García, 2023). Hasta ahora, los resultados reflejados en la popularidad del Presidente han sido altamente positivos e inéditos en el país, a poco más de un año de concluir su gestión.

Conclusiones

Con base en lo anterior, es posible afirmar que el uso de tecnologías emergentes y redes sociales en la construcción de estrategias de comunicación política en México ha transformado los procesos electorales. El acceso generalizado a Internet y el crecimiento de las redes sociales ha brindado a los actores políticos la oportunidad de comunicarse directamente con un público más amplio. Al aprovechar estas tecnologías emergentes, los políticos pueden difundir su mensaje de manera rápida y efectiva, sin depender únicamente de los medios tradicionales. Esto puede llevar a una mayor participación ciudadana, ya que las personas pueden involucrarse de manera activa en los debates políticos y expresar sus opiniones a través de las redes sociales.

Al mismo tiempo, el uso de tecnologías emergentes y redes sociales en la construcción de estrategias de comunicación política en México puede amplificar la polarización y la desinformación, y aunque dichas herramientas tecnológicas brindan una plataforma para la libre expresión y el intercambio de ideas, también pueden contribuir a la difusión de información errónea y la formación de cámaras de eco. En el contexto político, esto puede llevar a la amplificación de la polarización y la

creación de divisiones más profundas entre los ciudadanos. Además, la facilidad con la que se pueden difundir noticias falsas y teorías de conspiración a través de las redes sociales puede socavar la confianza en las instituciones y en el proceso democrático.

A esto, es necesario agregar que el uso de tecnologías emergentes y redes sociales en la construcción de estrategias comunicativas en México puede favorecer la participación de los jóvenes y generar un cambio en la dinámica política tradicional. Los jóvenes son un segmento de la población que está altamente conectado a las redes sociales y familiarizado con el uso de tecnologías emergentes. Al utilizar estas plataformas, los políticos pueden llegar de manera más efectiva a este grupo demográfico, que históricamente ha sido desatendido.

En el caso del Presidente mexicano AMLO, las nuevas formas de comunicación por redes y tecnologías emergentes le ha significado muchos positivos para su gestión y, por ende, a su partido: MORENA. En consecuencia, es fundamental promover y consolidar una difusión ética y transparente, que fomente la participación ciudadana y garantice la rendición de cuentas de los políticos, siendo responsabilidad de los ciudadanos ser críticos y estar informados para poder discernir entre la información veraz y la desinformación.

Si bien, los políticos utilizan estrategias de comunicación efectivas para persuadir a los votantes y ganarse su confianza, los medios de comunicación desempeñan un papel importante como intermediarios y tienen la capacidad de influir en la opinión pública. La imagen y la retórica de los candidatos también son factores

determinantes, pues el auge de las redes sociales ha cambiado la dinámica comunicativa durante las elecciones.

Es aquí donde los partidos políticos desempeñan un papel crucial en tiempos electorales, pues a través de estrategias de comunicación efectivas buscan persuadir a los votantes y obtener su respaldo. Sin embargo, también enfrentan desafíos en un contexto de saturación de información y profunda desconfianza, pues ya no basta solo adaptarse a las tecnologías emergentes y establecer canales de comunicación bidireccionales para generar confianza y promover una participación ciudadana activa.

En este sentido, los partidos políticos están sabedores de que las nuevas formas de comunicación política y la llegada disruptiva de las tecnologías emergentes, se han convertido en herramientas cruciales para su desempeño en la era digital, lo que sin duda atraerá cambios paulatinos pero contundentes en el sistema político mexicano y las elecciones por venir.

Referencias

- Fernández-Alonso, M. y González-García, J. M. [Eds.]. *Comunicación política*, pp. 45-61.
- Calderón, F. (2020). Instituciones electorales en México: Desafíos y perspectivas. *Revista Internacional de Democracia y Justicia Electoral*, 15(1), 115-136.
- Canel, M. J. y Luengo, Ó. (2019). Mediatización y redes sociales en la comunicación política mexicana. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(237), 91-113.
- Canel, P. y Callejo, C. J. [Eds.]. (2021). *Comunicación política*. Editorial UOC, pp. 75-92.
- Chadwick, A. (2013). *The Hybrid Media System: Politics and Power*.

- Coleman, S. y Blumler, J. G. (2009). *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*.
- Díaz, M. (2019). El discurso político de López Obrador en la era digital: la reiteración como táctica retórica. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(236), 205–230.
- El economista (07 de agosto, 2023). #AMLOTrackingPoll Aprobación de AMLO, 7 de agosto. <https://www.economista.com.mx/politica/AMLOTrackingPoll-Aprobacion-de-AMLO-7-de-agosto-20230807-0023.html>
- García, A. (2023). Freedom of the Press and the López Obrador Administration: Assessing Media Relations in Mexico. *Journal of Latin American Studies*, 45(1), 89–112.
- García, C. y Rodríguez, R. [Eds.]. (2022). Comunicación y política en la era digital. Editorial CIESPAL, pp. 73–94.
- García, J. y Torres, M. [Eds.]. (2018). Manual de política y gobierno. Editorial Nueva Visión, pp. 89–107.
- García-Ponce, O. y Trejo, S. (2020). Las mañaneras: Información, propaganda y política. *Comunicación y Sociedad*, 39, e4502.
- Gómez, J. (2020). El impacto de las redes sociales en la estrategia política en México. *Revista de Comunicación*, 19(2), 95–110.
- González, A. (2018). Comunicación política en México: Entre la televisión y las redes sociales. *Comunicación y Sociedad*, (31), 105–130.
- González, M. y Torres, J. (2018). La influencia de los medios de comunicación en las elecciones políticas. *Revista de Comunicación Política*, 12(1), 67–82.

- González, R. (2021). The Political Communication of Andrés Manuel López Obrador: Populist Discourse and Emotional Connection. *Mexican Studies/Estudios Mexicanos*, 37(1), 47–72.
- Graves, L. (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*.
- Hernández, R. (2019). Estrategias de comunicación política en las elecciones presidenciales de México 2018. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 47, 125–143.
- Hernández, R. (2021). Participación ciudadana y activismo en línea: análisis de las plataformas digitales de peticiones en México. *Política y Gobierno*, 28(2), 301–332.
- Jamieson, K. H. (2018). Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President.
- Jiménez, L. (2022). From Traditional Media to Social Networks: The Transformation of Presidential Communication in Mexico. *International Journal of Communication*, 16, 2173–2192.
- Johnson, R. (2021). *Imagen y retórica en la comunicación política*.
- Jones, S. (2022). The impact of social media on political communication during elections. *Journal of Political Communication*, 35(2), 112–125.
- Juárez, E. (2022). Desinformación y comunicación política en México. *Revista de Ciencias de la Comunicación*, 22(44), 132–150.
- López, M. (2020). Los desafíos de la comunicación política en tiempos electorales. *Revista de Comunicación Política*, 27(2), 125–142.

- López, M. A. (2018). La comunicación política como factor de competitividad de los partidos políticos. *Iberofórum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 12(22), 71–84.
- López-Obrador, A. M. (2022). Austeridad genera recursos en beneficio del pueblo. Conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador [Transmisión en vivo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=INQxO3-J2Hk>
- López-Obrador, A. M. (2022). Conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador [Las ‘mañaneras’]. [Transmisión en vivo]. YouTube. <https://www.youtube.com/@lopezobrador>
- Norris, P. (2011). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*.
- Patterson, T. E. (2013). *Informing the News: The Need for Knowledge-Based Journalism*.
- Pérez, A. (2019). Comunicación política y redes sociales en México: el caso de Facebook y Twitter en las elecciones presidenciales de 2018. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 64(235), 221–248.
- Ríos, M. (2020). Comunicación política en México: nuevos desafíos y perspectivas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 17(33), 179–194.
- Rodríguez, E. (2021). The Rise of Presidential Press Conferences in Mexico: An Analysis of Andrés Manuel López Obrador’s Morning Briefings. *Communication & Society*, 34(1), 81–101.
- Ruiz-Mellado [Ed.]. (2019). *Medios de comunicación, periodismo y política en la sociedad digital*, pp. 175–193.
- Sampedro, V y Berganza, R. [Eds.] (2020). *Comunicación política y democracia*.

- Sánchez, R. (2021). Mediatización de la política en México: Análisis crítico de las “mañaneras” de López Obrador. *Revista de Comunicación*, 20(1), 127–143. <https://doi.org/10.26439/rcc2021.n020.9>
- Sánchez–Andrade, V. (2020). López Obrador’s political language: A multimodal analysis of the Mexican president’s speech. *Discourse & Society*, 31(6), 616–637.
- Smith, A. y Padgett, R. (2020). *Effective political communication: Strategies for winning elections*.
- Torres, M. (2021). Comunicación política: estrategias y herramientas en tiempos electorales. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 10(1), 45–60.