

Etnografía de las conferencias de prensa de Andrés Manuel López Obrador y análisis de su lista de reproducción en YouTube (2018-2022)

Ethnography of Andrés Manuel López Obrador's press conferences and analysis of his YouTube playlist (2018-2022)

 **Eva Salgado Andrade**

Doctora en Lingüística Hispánica

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores
en Antropología Social - México

esalgado@ciesas.edu.mx

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2387-7847>

Cómo citar este artículo en APA:

Salgado, Eva. (2023). Etnografía de las conferencias de prensa de Andrés Manuel López Obrador y análisis de su lista de reproducción en YouTube (2018-2022). *Analecta Política*, 13(24), 01-23. doi: <http://dx.doi.org/10.18566/apolit.v13n24.a02>

Fecha de recepción:

15.05.2022

Fecha de aceptación:

29.08.2022

Resumen

Las conferencias de prensa matutinas de Andrés Manuel López Obrador son una inusitada estrategia de comunicación política en México y el mundo, por medio de la cual el Presidente interactúa con los medios, otros actores políticos y la ciudadanía. El objetivo de este trabajo es analizar las características de *Las mañaneras* (como popularmente se les conoce) y reflexionar sobre las estrategias desplegadas por la Presidencia con ellas para influir en la agenda pública. En primer lugar, a partir del modelo de Dell Hymes, se presenta una etnografía general de este acto comunicativo, realizada a partir de monitoreos entre diciembre de 2018 y abril de 2022; en segundo lugar, se analizan los niveles sintáctico, semántico y pragmático de un *corpus* multimodal conformado por las entradas (imágenes en miniatura y títulos) de los videos de 848 conferencias alojadas en Youtube. Los resultados muestran la evolución de *La mañanera* como género discursivo, así como la importancia que, para la actual administración, ha tenido la pandemia por Covid, la inseguridad, la migración, la reactivación de PEMEX, el desarrollo de infraestructura, la relación con EUA y el combate a la corrupción. No obstante, diversos elementos semióticos y discursivos de la página de Youtube centran la atención en la figura de AMLO y refuerzan el presidencialismo que caracteriza al sistema político mexicano.

Palabras clave: Jefe de Estado, redes sociodigitales, discurso, información pública, agenda mediática, agenda política, multimodalidad, etnografía de la comunicación.

Abstract

Andrés Manuel López Obrador's morning press conferences are an unusual political communication strategy in Mexico and the world, through which the President interacts with the media, other political actors and citizens. The objective of this paper is to analyze the characteristics of *Las mañaneras* (as they are popularly known) and to reflect on the strategies deployed by the Presidency with them to influence the public agenda. In the first place, following Dell Hymes model, a general ethnography of this communicative act is presented, carried out from monitoring carried out between December 2018 and April 2022. In second place, syntactic, semantic and pragmatic levels of a multimodal corpus made up of the entries (thumbnail images and titles) of the videos of 848 conferences hosted on YouTube are analyzed. The results show the evolution of *La mañanera* as a discursive genre, as well as the importance that issues like the Covid pandemic, insecurity, migration, the reactivation of PEMEX, the development of infrastructure, the relationship with the US, and the fight against corruption have had for the current administration. However, various semiotic and discursive elements of the YouTube page focus their attention on the figure of AMLO and reinforce the presidentialism that characterizes Mexican political system.

Keywords: Head of State, socio-digital networks, discourse, public information, media agenda, political agenda, multimodality, ethnography of communication

Introducción

Desde su llegada al poder, en diciembre de 2018, Andrés Manuel López Obrador (AMLO) puso en marcha sus propias estrategias de comunicación. Además de un uso constante de redes sociodigitales como Facebook, Twitter o YouTube, el principal y más visible mecanismo de interacción ha sido la celebración diaria de una conferencia de prensa, algo inusitado para un presidente no sólo en México sino en el mundo. Hasta los años 70 los presidentes mexicanos prácticamente no daban entrevistas; según Nájjar (2019), apenas en la década de los 80 se aceptaba una o dos por año, con periodistas previamente escogidos. Un antecedente de comunicación directa con la ciudadanía fue el programa radiofónico sabatino (*Fox Contigo*), transmitido durante la gestión de Vicente Fox (2000-2006). Por estos mismos años, en su gestión como jefe de Gobierno de la Ciudad de México, AMLO iniciaba sus jornadas diarias con conferencias con reporteros, bautizadas por la opinión pública como *Las mañaneras*, mismo nombre que se ha recuperado ahora que es Presidente.

La atención hacia *Las mañaneras* ha ido en aumento, no sólo como fuente de información para la opinión pública, sino como objeto de investigación. Por ejemplo, un estudio publicado por *SinembargoMx* (2019) revela que “crimen organizado” y “neoliberalismo” han sido las palabras más citadas. Muñiz (2021) analiza estrategias de polarización en el discurso presidencial. Andrade, Flores y Contreras (2021) se centran en la cobertura digital de las conferencias entre junio y julio de 2019. Passaye (2022) analiza la dimensión jurídica de *Las mañaneras* y las implicaciones de promover en ellas juicios mediáticos en contra de adversarios del Gobierno federal. Estrada (2022) hace un recuento de las respuestas de AMLO a lo largo de tres años, para identificar información falsa, imprecisiones o inexactitudes. Alamilla (2022) se centra en la experiencia de los reporteros que asisten a la conferencia.

Esta sucinta revisión revela un aspecto poco explorado, y que es el objetivo de este trabajo: analizar la forma en la que el propio Presidente resguarda y ofrece para consulta las conferencias alojadas en su página de Youtube. Se parte de la hipótesis de que la puesta en marcha de esta estrategia de comunicación directa con la prensa ha implicado una serie de ajustes y estrategias para tratar de sistematizar la estructura y contenidos de lo que paulatinamente se ha convertido en

un género discursivo inédito para la política mexicana.¹ En este sentido, si bien cada *mañanera* es efímera y será remplazada por la del día siguiente, los videos de las conferencias presidenciales diarias conforman un acervo digital que trasciende la atención coyuntural.

Este artículo se divide en tres apartados. En el primero, se expone el marco teórico-metodológico, basado en la etnografía de la comunicación y en el análisis multimodal del discurso. En el segundo, se presenta la caracterización general de las conferencias, a partir de un monitoreo realizado entre diciembre de 2018 y abril de 2022. Por último, se exponen los resultados del análisis de la lista de reproducción de las conferencias presidenciales alojadas en la página Youtube de AMLO.²

Marco teórico-metodológico

En primer lugar, para comprender la evolución, estructura y contenido de *Las mañaneras*, se siguió la propuesta de etnografía de la comunicación del socio-lingüista Dell Hymes (1972, pp. 56-69), plasmada en el modelo SPEAKING,³ según el cual los elementos presentes en toda interacción son el escenario, los participantes, los propósitos, la secuencia o lugar que ocupa en relación con otras interacciones, el tono, las instrumentalidades o formas de habla, las normas que construyen o regulan y, por último, el género o tipo de acto de habla. Como se podrá advertir, por sus características y la forma en que se han ido transformando, las conferencias de AMLO corresponden a lo que Bajtin define como un género discursivo: “Cada enunciado separado es, por supuesto, individual, pero cada esfera del uso de la lengua elabora sus tipos relativamente estables de enunciados, a los que denominamos géneros discursivos” (Bajtin, 1997, p. 247).

En segundo lugar, se realizó un análisis multimodal de la lista de reproducción de las conferencias, alojada en la página Youtube de AMLO, con especial atención en las imágenes en miniatura y los títulos de cada video. Se partió del supuesto de que los elementos visuales, verbales, tipográficos y de diseño operan como recursos semióticos, es decir, acciones, artefactos o elementos tecnológicos que

-
- 1 Es oportuno señalar que paulatinamente diversos gobernadores han comenzado a imitar las conferencias; por ejemplo, Claudia Sheinbaum, jefa de Gobierno de la CDMX (quien las denomina “medianeras”, pues las celebra al mediodía).
 - 2 Disponible para consulta en https://www.youtube.com/playlist?list=PLRnlRGar_296KTsVLOR6MEbpwJzD8ppA
 - 3 Acróstico formado con las palabras *Setting and scene, Participants, Ends, Act sequence, Key, Instrumentalities, Norms y Gender*.

se utilizan para comunicar y producir sentido en un contexto social específico (Van Leeuwen, 2005, p. 3). Además, siguiendo a Pericot (2002), se asume que las imágenes, al igual que el lenguaje verbal, poseen diversos niveles de construcción de sentidos: el *nivel sintáctico* se refiere los elementos visibles (personas, lugares, objetos, encuadres); el *nivel semántico* alude a la relación de las imágenes con la realidad que representan; por último, en el *nivel pragmático*, residen los posibles sentidos de las imágenes en función del contexto específico.

En lo que respecta a los títulos, de acuerdo con Calsamiglia y Tusón (1999, p. 97), se plantea que “tienen una función catafórica, de adelantar el contenido del texto, o de señuelo, para atraer la atención del posible lector”. Partimos del supuesto de que el ejercicio de resumir en una sola frase u oración todo el contenido de cada conferencia es una actividad que no solamente responde a la agenda político-mediática que la Presidencia busca reforzar, sino que se va sumando a un acervo digital de innegable valor como fuente para la historia.

Al igual que con las imágenes, se exploraron los niveles sintáctico, semántico y pragmático de los títulos. En el primer nivel, por medio del software N-Vivo, se exploró la frecuencia de palabras, para tener un primer inventario de los términos usados con el fin de identificar los signos y su relación con el contexto. En cuanto al nivel semántico, se clasificó el tema general de cada enunciado, operación en la que intervienen dos procesos: el léxico utilizado o los campos semánticos a los que alude el contenido. En relación con el léxico, de acuerdo con Denisse Slakta (1971) existen una serie de entradas lexicales en las que las palabras o frases se insertan en determinados campos o tramos de asociaciones; por ejemplo, títulos como “Presentación del Programa Paisano” o “Informe sobre comisiones por envío de remesas” se clasificaron como *Migración*. Con este procedimiento, los 848 títulos se agruparon en 26 campos temáticos.

Por último, en el nivel pragmático se considera la relación entre el signo y el sujeto para cumplir una acción discursiva específica, concepto basado en Salgado (2003, pp. 55-70), quien sostiene que el discurso político cumple las siguientes acciones: *autoconstrucción de hablante* (el enunciadador, individual o colectivo, se ubica como el referente principal); *construcción de interlocutores* (encaminada a lograr la adhesión, convencimiento, obediencia u otra reacción por parte de quienes comparten la posición política del hablante); *construcción de adversarios* (señala, en forma manifiesta o latente, personas o circunstancias que se contraponen al hablante), y *construcción del referente* (da preminencia al contexto y a los principios que validan o refuerzan la convivencia entre gobernantes y gobernados).

La definición de cuál es la acción discursiva dominante en cada título se desprende de una operación analítica que considera rasgos sintácticos tales como quién es el sujeto discursivo, en qué persona se conjugan los verbos (primera, segunda o tercera persona), cuál es el objeto directo en una oración, la selección léxica específica, etcétera. Por ejemplo, la oración “Presidente publica declaración de bienes” (4/01/19)⁴ se considera como autoconstrucción de hablante, dado que se refiere al propio enunciador de la conferencia. La autoconstrucción de hablante puede ser individual (en este caso el propio AMLO) o colectiva, que puede definirse por el uso del plural de la primera persona (“Trabajamos para restablecer la energía eléctrica”) (17/02/21), o por el uso de sujetos colectivos o cuando las instituciones o entidades figuran como sujetos: “Gobierno federal atiende inundaciones en Tula, Hidalgo” (7/09/21).

La construcción de interlocutores se presenta cuando hay invocaciones directas a personas o colectivos; por ejemplo “Llamado a la OMS para avalar vacunas seguras y eficaces” (19/10/21). La construcción de adversarios puede recurrir a distintas estrategias discursivas: uso de la tercera persona, elisión de verbo, o uso de figuras retóricas como metáforas o prosopopeyas, por ejemplo: “Coronavirus no debe politizarse” (16/03/20). Por último, se considera a la construcción del referente como la acción discursiva dominante, cuando el enunciado se limita a dar cuenta del contexto, sin señalar a alguna de las personas que intervienen en el acto de enunciación; por ejemplo: “Plan de fortalecimiento del sector salud” (15/03/22)

A continuación, se presentan los principales rasgos de las conferencias presidenciales matutinas, para ofrecer al lector un panorama sistematizado de las características, los actores y las dinámicas de interacción que diariamente tienen lugar en el Palacio Nacional, y que diariamente se ofrecen para su consulta.⁵

Etnografía de la conferencia presidencial

Un importante insumo empírico para este apartado se obtuvo del monitoreo directo y en tiempo real de un gran porcentaje de las conferencias, desde diciem-

4 En este caso y los sucesivos, las cifras entre paréntesis corresponden al día, mes y año del título de cada conferencia.

5 Una excepción se dio el 23 de marzo de 2022 cuando el Instituto Nacional Electoral (INE) ordenó a AMLO retirar la conferencia matutina pronunciada el 21 de marzo en el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (precisamente el día de su inauguración), con el argumento de que violaba la veda decretada por el INE para la revocación de mandato que tendría lugar el 10 de abril del mismo año.

bre de 2018 y hasta abril de 2022, ya sea en TV (Canal 11 o Canal 14), o en la transmisión en vivo de Youtube, desde la página de la Presidencia, lo cual también permitió observar algunas interacciones entre la audiencia. Otros datos provienen de la información que circula en medios de comunicación y redes sociodigitales en México. Como se mencionó en la introducción, los datos se presentan ordenados a partir del modelo de etnografía de la comunicación de Dell Hymes (1972, pp. 59-69).

El ambiente y la escena

Las conferencias se celebran de lunes a viernes en el Palacio Nacional de la Ciudad de México, tradicional sede del Poder Ejecutivo en México y residencia oficial del Presidente a partir del 2018,⁶ en el salón Guillermo Prieto (así nombrado en homenaje a un destacado liberal del siglo XIX). Es frecuente que los viernes, cuando el Presidente realiza sus giras de fin de semana a algún estado de la República, la conferencia sea itinerante. Dos variantes de la sede en la Ciudad de México se dieron el 27 de julio de 2020, en el antiguo hangar presidencial (justo frente al avión presidencial adquirido durante el gobierno de Felipe Calderón para el uso de Enrique Peña Nieto), y el 21 de marzo de 2022, en el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles, que ese día se inauguraba. Cuando el Presidente está de gira por los estados (prácticamente todos los fines de semana), es común que los días viernes *La mañanera* se organice en las ciudades visitadas.

Oficialmente inician a las siete de la mañana o algunos minutos después, al concluir la reunión diaria del Presidente con el gabinete de Seguridad a partir de las seis de la mañana. Su duración ha ido en aumento, de un promedio de 87 minutos en abril de 2019, a 134 minutos para el mismo mes de 2022 (Alamilla, 2022). El 21 de julio de 2022 se rompió el récord de *La mañanera* más larga, con 3 horas y 29 minutos de duración (*ContraRéplica*, 2022).

6 Durante décadas, la residencia oficial de los presidentes era una mansión conocida como Los Pinos, misma que a partir del 1 de diciembre de 2018 fue abierta al público como un complejo cultural de acceso gratuito.

Figura 1. Captura de pantalla de la conferencia presidencial realizada el 1 de marzo de 2022.



Fuente: López Obrador, 2022: 20:24.

Como se muestra en la Figura 1, el escenario es austero, aunque altamente simbólico. En una tarima, se pone un atril, cuya parte frontal exhibe el escudo nacional. Este atril es ocupado por AMLO, quien se mantiene de pie durante toda la conferencia, incluso cuando cede el turno de habla a colaboradores e invitados. Como fondo se ubica una mampara, una de cuyas mitades es blanca y otra roja (en algunos años, por ejemplo, en el 2021, se ha alternado con el color verde). Toda esta gama cromática coincide con los colores de la bandera de México, la cual, por cierto, está en el centro de la mampara. En la sección roja se encuentra la pantalla en la que se proyectan Power Points, fotografías, videos o videoconferencias para invitados que se conectan por vía remota; cuando el proyector está apagado se muestra información alusiva al personaje conmemorado en cada año, y la leyenda Gobierno de México al lado del escudo nacional. En la sección blanca se lee “Conferencia de prensa” y se replica la información del personaje conmemorado, el escudo y la leyenda “Gobierno de México”. La mampara no informa la fecha de realización, por lo cual, al reproducir los videos, es difícil identificar cuándo fue pronunciada cada conferencia.

A la izquierda del Presidente se ubican sillas para colaboradores e invitados que asisten a *La mañanera*,⁷ y suelen permanecer sentados y en silencio a lo largo del evento, aun cuando sólo participen algunos minutos, o incluso nunca tomen la palabra. Los periodistas y comunicadores también ocupan sillas austeras, que se disponen en filas de siete. Dado que quienes ocupan las primeras filas suelen

⁷ Hasta los primeros días de enero de 2019, los invitados también permanecían de pie durante todo el tiempo de la conferencia.

tener más oportunidades de ser seleccionados, a partir de abril de 2022 se realiza un sorteo diario para definir quién ocupa tales sillas (Benítez, 2022). En el salón también se encuentra permanentemente el Coordinador General de Comunicación Social, al frente de su personal, así como equipo profesional de grabación que permite alternar diversas tomas a lo largo de las transmisiones.

Los participantes

El enunciador principal de la conferencia es AMLO; incluso cuando las conferencias son itinerantes, y están presididas por gobernadores de cada entidad, el Presidente suele asumir el papel de moderador. No es sencillo identificar quiénes son los interlocutores. Si nos atenemos a las características de una conferencia de prensa, los interlocutores son los periodistas que hacen presencia en el recinto. No obstante, a juzgar por el contenido de las respuestas y mensajes, AMLO no sólo se dirige a los periodistas sino a los ciudadanos que lo escuchan. Por cierto, la audiencia en redes sociodigitales es considerable, sobre todo cuando hay gran expectativa por las posibles declaraciones del Presidente en relación con algún hecho polémico; en el primer semestre de 2022, de acuerdo con consultas realizadas a la página Youtube de AMLO, en ocasiones se registran hasta 100,000 personas conectadas en vivo, con constante interacción en el *chat*. Al final de cada día, el número de consultas de cada conferencia, con frecuencia, supera las 500,000 visualizaciones.⁸

En cuanto a los periodistas que asisten, se combina la presencia de medios tradicionales con medios digitales. Entre la prensa impresa suelen asistir *Reforma*, *El Universal*, *El Financiero* o *La Jornada*. Entre los medios radiofónicos hay enviados de Radio Fórmula o W Radio. También suelen estar presentes periodistas de medios televisivos públicos como Canal 11 o Canal 14. También participan representantes de medios locales o youtuberos. Según Alamilla (2022), hasta junio de 2022 había asistido un total de 3,224 reporteros, de los cuales 2,463 sólo habían acudido una o dos veces. En ocasiones asisten enviados de medios extranjeros.

Fines o propósitos

De acuerdo con lo que se asienta en la página de Youtube, la función principal es mantener “un diálogo circular con representantes de los medios de comunicación

8 Por ejemplo, el 16/08/22 se registraban 687,812 vistas de la conferencia de tal día (https://www.youtube.com/playlist?list=PLRnIRGar_296KTsVL0R6MEbpwJzD8ppA)

al término de la reunión con Gabinete de Seguridad”.⁹ A partir de lo observado, se pueden añadir las siguientes funciones: informar sobre las acciones cotidianas o extraordinarias del Gobierno federal; lanzar programas o firmar acuerdos; dialogar con los otros dos poderes, con los poderes locales o con los organismos autónomos; dar instrucciones a sus subordinados; escuchar quejas y denuncias ciudadanas o derivadas de investigaciones periodísticas; presentar y desmentir noticias falsas; informar de relevos y presentar a nuevos colaboradores; recibir invitados especiales; realizar conmemoraciones, festejos o entregar premios o reconocimientos; dar pésames; hacer recuento de hechos históricos; dar conciertos musicales; o reflexionar sobre aspectos éticos de la vida política, entre otros. Por último, es menester mencionar que para López Obrador las conferencias se han asumido como un foro para dar cuenta del cumplimiento de sus compromisos de gobierno.

Secuencia de los actos de habla

Con el paso del tiempo, las conferencias han ido incorporando secciones fijas. Los lunes se ofrece el reporte “¿Quién es quién en los precios?”, a cargo del Procurador Federal del Consumidor, para hacer públicos los precios de la gasolina o de la canasta básica de alimentos, como una estrategia para evitar la inflación; también se proyectan videos con reportes de avances semanales de las megaobras emprendidas en este sexenio, como el nuevo aeropuerto o la refinería de Dos Bocas. Los martes se desarrolla la sección “El Pulso de la Salud”, inaugurada a principios del 2020, para dar información sobre los avances en los programas de salud, incluida la puesta en marcha del Insabi (Instituto de Salud para el Bienestar).¹⁰ Los miércoles, a partir del 30 de junio de 2021, se inauguró la sección “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?”, para desmentir información falsa o exhibir opiniones críticas publicadas en medios tradicionales o redes. A partir de abril de 2022, los jueves se incluye la sección “Cero impunidad”, con reportes sobre las estrategias para combatir la inseguridad. Por último, los viernes es frecuente que las conferencias se lleven a cabo en las ciudades en las que el Presidente se encuentra de gira, por lo cual son presididas por las o los gobernadores estatales, quienes se refieren a problemáticas locales. También se emiten informes mensuales sobre seguridad, tema que es uno de los más acuciantes para el país.

9 https://www.youtube.com/playlist?list=PLRnIRGar-_296KTsVL0R6MEbpwJzD8ppA

10 En marzo de 2020, escasas semanas después de inaugurada, y hasta abril de 2022, esta sección estuvo destinada a informes sobre la pandemia por Covid, los avances en adquisición y aplicación de vacunas y, luego de la Nueva Normalidad, los reportes de reanudación de clases presenciales.

Tono

Prima un tono solemne y de respeto hacia la figura presidencial. Comúnmente, los colaboradores e invitados inician sus participaciones con las palabras “Con su permiso, señor Presidente”. El Presidente, en cambio, combina esta solemnidad con un alto grado de informalidad; por ejemplo, es común que se dirija de “tú” a los periodistas, que bromea o cite refranes; incluso pone canciones para amenizar o apoyar algunos de sus argumentos.¹¹

Instrumentalidades

En lo atinente a los estilos y recursos de habla, el Presidente insiste, con frecuencia, en que su conferencia se dirige al pueblo, y que por ello debe explicar una y otra vez las cosas, sobre todo a los más jóvenes. Oriundo del estado de Tabasco, suele utilizar, en forma marcada, léxico y variaciones dialectales de aquella entidad durante sus intervenciones, quizás como una estrategia para identificarse como un servidor cercano al pueblo. Conviene referir también la constante inclusión de materiales audiovisuales para apoyar sus informes, tales como presentaciones en Power Point con gráficas e informes, primeras planas de periódicos, material proveniente de redes sociodigitales, sobre todo de Twitter, caricaturas políticas, fragmentos de entrevistas o declaraciones formuladas por sus adversarios presentes o pasados, etcétera.

Normas

El Presidente define el orden del día y los turnos de habla. En ocasiones, al final de las conferencias, se elabora una lista en la que se escribe el nombre de los periodistas cuyas preguntas quedaron pendientes y a los que se garantiza un turno para la próxima. Además de la ya mencionada rifa de la primera fila, se han intentado definir otras reglas, por ejemplo, el número de preguntas que formula cada periodista. Otra característica es que no hay límites en el tiempo de las respuestas de AMLO; en ocasiones, puede tomarse hasta 45 minutos e incurrir en una gran dispersión temática para responder a una sola pregunta. De igual forma, aunque menos frecuente, algunos periodistas pueden ocupar varios minutos en formular

11 Se diseñó una playlist en Spotify con las 17 canciones reproducidas en *Las mañaneras* (Forbes Staff, 2022) en el cual figuran intérpretes como Juan Gabriel, Armando Manzanero, el Buki, Chico Ché o Silvio Rodríguez.

sus preguntas, comentarios, quejas o denuncias y, de igual forma, suelen introducir temas a los que no se hizo alusión en las exposiciones del Presidente o sus colaboradores a lo largo de cada conferencia.

Género

Como puede advertirse de la descripción anterior, *Las mañaneras* se han constituido como un género discursivo singular de la política mexicana contemporánea, claramente asociado con la gestión de López Obrador, quien, por medio de ellas, mantiene un espacio con el que busca incidir en la construcción de la agenda mediática y política. A este respecto, resulta relevante analizar la forma en la que los videos de las conferencias son alojados en la página Youtube de AMLO, de lo que nos ocupamos en el siguiente apartado.

Una exploración multimodal a la lista de reproducción de *Las mañaneras*

La lista de reproducción en la que se alojan *Las mañaneras* forma parte del canal oficial de Andrés Manuel López Obrador en Youtube,¹² que, a fines de abril de 2022 (cuando se realizó este análisis), contaba con 3.23 millones de suscriptores, de acuerdo con la cifra que aparece publicada en la página de entrada. Contiene las siguientes secciones: “Inicio”, “Videos”, “Listas”, “Comunidad”, “Canales” e “Información”. Las listas que incluye son “Atención a personas damnificadas”, “Banco del Bienestar”, “Informes de gobierno”, “Acciones por la educación”, “Diálogos con pueblos indígenas”, “Diálogos con el sector empresarial”, “Comemoraciones”, “Equidad de género”, “Obras de infraestructura”, “Rescate del campo”, “Atención a jóvenes”, “Programas para el bienestar” y, por último, “Conferencias de prensa matutinas”. Ésta es la más numerosa (con 848 videos al 29 de abril de 2022), y resguarda íntegras las conferencias de prensa que han tenido lugar de lunes a viernes, a partir del 3 de diciembre de 2018.¹³

12 <https://www.youtube.com/c/lopezobrador>

13 Otra forma de tener acceso a estos contenidos es por medio de la página oficial de la Presidencia, específicamente en la sección “Sala de Prensa”, en la que también se pueden consultar las transcripciones de todas las conferencias.

Figura 2. Captura de pantalla de las entradas para consultar conferencias del 12, 11 y 8 de abril de 2022



Fuente: López Obrador, s.f.

El diseño de cada video incluye una imagen en miniatura, en cuya esquina inferior derecha, con tipografía blanca, se informa la duración de la conferencia. Asimismo, se redacta un título específico para cada conferencia, siempre seguido de la frase nominal “Conferencia presidente AMLO”. Los videos aparecen numerados comenzando por el 1, que siempre corresponde al más reciente, por lo cual la numeración que los identifica se va desplazando diariamente. En el título no se registra la fecha de emisión (ver Figura 2).

Al clasificar las imágenes correspondientes a cada una de las 848 conferencias realizadas entre el 3 de diciembre de 2018 y el 29 de abril de 2022, se encontraron cinco modalidades:

- 1) En el 82% (689 imágenes) sólo aparece el Presidente, generalmente en plano medio, medio corto o incluso en primer plano, encuadres que conceden mayor importancia a los aspectos emocionales de la persona representada. Es importante referir que siempre se muestra a AMLO sonriente o satisfecho, elemento que puede considerarse como un refuerzo multimodal del sentido optimista con el que se redactan los títulos (ver Figura 3). Como elemento complementario, suele aparecer el fondo rojo o verde de la mampara, aunque también pueden aparecer gráficas o imágenes proyectadas durante la conferencia. Es común que aparezca la bandera nacional como parte del fondo.

Figura 3. Captura de pantalla de las entradas para consultar conferencias del 3 y 4 de junio de 2021.



Fuente: López Obrador, s.f.

Es oportuno observar que en los dos periodos en los que AMLO enfermó de Covid y fue relevado por sus secretarios de Gobernación (Olga Sánchez Cordero, en enero de 2021 y Adán Augusto López, en enero de 2022) los funcionarios sólo aparecen en *long shot* o plano lejano (ver Figura 4). Tampoco se mencionan sus nombres en el título; de hecho, no hay un título específico y sólo aparece la fecha de emisión, seguida de la frase "Presidente AMLO"; esta evidencia lleva a pensar en una fuerte injerencia de AMLO (entonces ausente por enfermedad) al redactar los títulos.

Figura 4. Ejemplos de presentación de las conferencias en las que AMLO fue sustituido por sus secretarios de Gobernación.




Fuente: López Obrador, s.f.

- 2) El 8% (68 imágenes) muestra al Presidente con invitados, ya sea funcionarios públicos, federales o estatales; personas que reciben algún premio o condecoración, empresarios o invitados de otros países.

- 3) El 6% (53 imágenes) presenta al Presidente con sus colaboradores cotidianos, casi siempre los secretarios de Defensa, Marina, Seguridad Pública, Gobernación o Salud. No hay imágenes en las que únicamente aparezca algún colaborador sin AMLO.
- 4) El 4% (34 imágenes) muestra, de espaldas, a los periodistas que asisten a la conferencia y, de frente, al Presidente.
- 5) Un pequeño conjunto rompe con las modalidades anteriores. Son cuatro imágenes del avión oficial o de los boletos para rifarlo¹⁴ (ver Figura 5). Al ser el único objeto representado en forma individual en todo este acervo, es claro su valor simbólico para López Obrador, quien constantemente lo menciona como ejemplo del dispendio en el presupuesto que caracterizó a gobiernos anteriores.

Figura 5. Imágenes en miniatura y títulos de conferencias que destacan el tema del avión presidencial

	Fuerza Aérea Mexicana resguardará avión presidencial. Conferencia presidente AMLO Andrés Manuel López Obrador	14 de enero de 2020
	Boleto del sorteo del avión presidencial para equipo médico. Conferencia presidente AMLO Andrés Manuel López Obrador	28 de enero de 2020
	Anuncio del sorteo del premio equivalente al avión presidencial. Conferencia Presidente AMLO Andrés Manuel López Obrador	7 de febrero de 2020
	Conferencia en avión presidencial. Presidente AMLO Andrés Manuel López Obrador	27 de julio de 2020

Fuente: López Obrador, s.f.

14 El avión se ha convertido en un tema altamente politizado. Fue comprado en el gobierno de Felipe Calderón para su sucesor Enrique Peña Nieto. Desde su llegada a la Presidencia, AMLO anunció que dejaría de usarlo y que lo pondría a la venta. En septiembre de 2020 se anunció que se rifaría, aunque a la postre el premio cambió: en lugar de un solo ganador que obtendría un avión, se darían 100 premios por 20 millones de pesos cada uno. A la fecha, sigue en venta.

En relación con los títulos, al revisar la forma en que se han transformado, tanto en la forma como en el contenido, se hace evidente cómo en las dos primeras semanas reiteraban la idea del diálogo circular con la prensa, y paulatinamente se fue ampliando el espectro de información y de destinatarios (ver Tabla 1).

Tabla 1. Títulos de las conferencias en las primeras dos semanas

Título	Fecha
Primera conferencia de prensa matutina desde Palacio Nacional	03/12/18
Diálogo con periodistas desde Palacio Nacional	04/12/18
Tercera conferencia de prensa matutina desde Palacio Nacional	05/12/18
Hoy anunciamos la terna de candidatos a ministro de la SCJN	06/12/18
Conferencia matutina: Avances del Gabinete de Seguridad	07/12/18
Iniciamos la semana dialogando con medios	10/12/18
Seguimos garantizando el derecho a la información	11/12/18
Conferencia matutina: iniciativa para cancelar reforma educativa	12/12/18
Diálogos circulares con los medios	13/12/18
Conferencia de prensa matutina	14/12/18

Fuente: Elaboración propia.

Para el análisis del *corpus* de 848 títulos, como primera estrategia, para aproximarse al nivel sintáctico, se exploró la frecuencia de palabras (con el software N-Vivo). La Tabla 2 presenta las 30 palabras más usadas en los títulos.

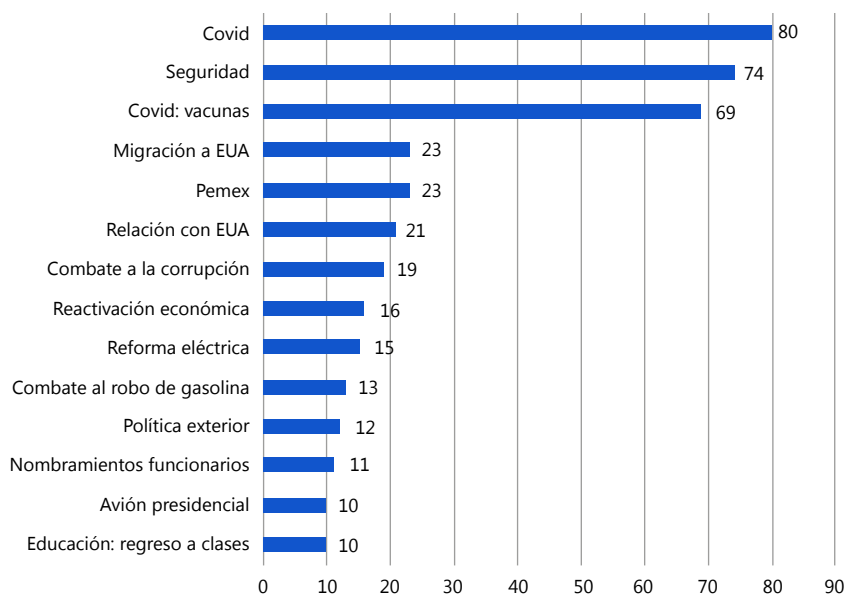
Tabla 2. 30 palabras más usadas en los títulos de las conferencias matutinas

Palabra	Frecuencia	Palabra	Frecuencia	Palabra	Frecuencia
covid	97	contra	68	México	67
nacional	64	vacunación	41	seguridad	39
plan	35	atención	33	gobierno	31
baja	30	conferencia	28	llamado	26
prensa	25	salud	24	avances	23
avanza	23	estrategia	22	reforma	23
informe	22	matutina	21	entrega	20
incidencia	20	resultados	20	acciones	19
delictiva	19	epidemia	19	bienestar	18
palacio	18	acuerdo	16	anuncio	16

Fuente: Elaboración propia.

En el cuarto lugar de importancia figura el tema de la migración a los Estados Unidos; cabe mencionar que el envío de remesas a México por parte de los migrantes se ha convertido en una de las principales fuentes para la entrada de divisas a México, además de ser un tema prioritario de la agenda binacional. El siguiente lugar lo ocupa la reactivación de Petróleos Mexicanos (PEMEX) y la producción de gasolinas. Después, identificamos el tema de relaciones con los Estados Unidos; cabe señalar que, durante su gobierno, AMLO ha pregonado tener relaciones cordiales y respetuosas tanto con Donald Trump como con Joe Biden. Por último, nos referimos al combate a la corrupción; al respecto, es pertinente señalar que el triunfo de AMLO en el 2018 fue producto, en buena medida, del hartazgo ciudadano frente a la corrupción y la impunidad, que se habían exacerbado en el sexenio de Enrique Peña Nieto (Hodge, Salgado y Villavicencio, 2021).

Gráfica 1. Temas tratados más de 10 veces en los títulos de las conferencias. (Elaboración propia con base en el proceso de clasificación por temas).



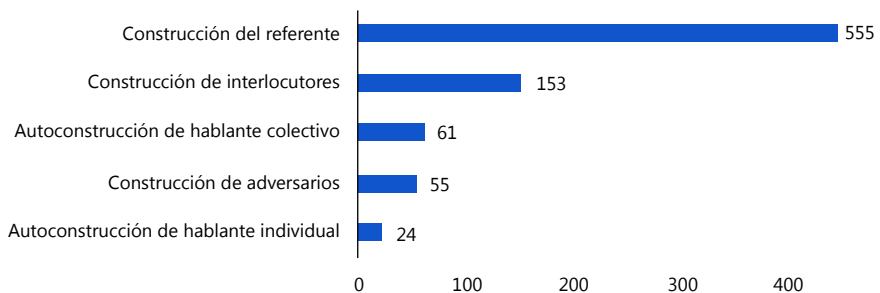
Fuente: Elaboración propia.

Por último, se identificaron las acciones discursivas desempeñadas por cada título. Como se mencionó en el apartado teórico-metodológico, se asume que hay cuatro posibles acciones discursivas: autoconstrucción de hablante (indivi-

dual o colectivo); construcción de interlocutores; construcción de adversarios y construcción del referente.

De acuerdo con los datos mostrados en la Gráfica 2, en todo el acervo analizado se registra una mayor presencia de la construcción del referente (65%). También es oportuno destacar que ha ido disminuyendo la autoconstrucción de hablante individual en los títulos; de hecho, los 23 títulos en los que el Presidente figura como sujeto fueron registrados en el primer año de conferencias, por ejemplo: “Presidente celebra aprobación de la Guardia Nacional en el Senado” (22/feb/19), “Presidente llama al diálogo con maestros y reafirma cancelación de la reforma educativa” (21/marzo/19), o “Celebra presidente aprobación de reforma para juzgar por corrupción a servidores públicos” (28/marzo/19). Con el paso del tiempo, en los títulos se dejó de dar preminencia al Presidente en forma individual.

Gráfica 2. Acciones discursivas de los títulos de las conferencias. (Elaboración propia).



Fuente: Elaboración propia.

En relación con la autoconstrucción de hablante colectivo, buena parte de los registros se obtuvo por el uso del plural de la primera persona; por ejemplo: “*Priorizaremos* interés nacional sobre particulares en sector energético” (26/oct/20), “*Consolidaremos* la 4T y acabaremos con la corrupción pese al Covid-19” (10/feb/21), “*Trabajamos* para restablecer la energía eléctrica” (17/02/21) o “*Tenemos* presupuesto para financiar proyectos y programas prioritarios” (24/05/21).

Con respecto a los interlocutores, como se mencionó páginas atrás, el patrón que se observa es que, a lo largo de las primeras semanas, cuando el “diálogo circular” apenas se ponía en marcha, los interlocutores expresamente construidos eran los medios. Apenas dos semanas después, otros interlocutores comenzaron

a figurar en los títulos. Por ejemplo, los jóvenes a los que se invitaba a sumarse a la Guardia Nacional; ciudadanos que no debían realizar compras de pánico de gasolina; futuros conductores de pipas, durante el plan para combatir el robo a los combustibles; personas con discapacidad; migrantes; productores del campo; empresarios; presidentes municipales y gobernadores; pueblos indígenas; partidos políticos y, a lo largo del 2020, varios llamados a la población para cuidarse del Covid y, más adelante, para vacunarse en contra de esta enfermedad.

En cuanto a los adversarios, se encontró un porcentaje similar al de autoconstrucción de hablante colectivo. Entre aquellos se menciona expresamente a “funcionarios que frenaron desarrollo de CFE”; “calificadoras” (que con frecuencia formulan económicos pronósticos negativos para el país); huachicoleros; bots en Twitter y Facebook; “factureros” o “facturación falsa”; las adicciones; funcionarios y jueces; quienes ejercen violencia contra integrantes de la diversidad sexual; quienes hacen subcontrataciones ilegales o fraude fiscal; la infodemia; quienes toman casetas y, como era de esperarse, los corruptos y la corrupción. Por cierto, es oportuno comentar que, si bien es frecuente que en las conferencias se aluda a los conservadores, en los títulos sólo una vez se utilizó una palabra relacionada con aquéllos: “Atención a jóvenes nos distingue del conservadurismo” (29/08/19). Por último, el neoliberalismo o los neoliberales, frecuentemente invocados en *Las mañaneras*, no aparecen en alguno de los títulos.

Conclusiones

Es indudable el impacto creciente de las conferencias matutinas en la esfera política y mediática, cuyos contenidos diariamente ofrecen evidencias directas del actuar presidencial, de los interlocutores o los adversarios que son invocados, de la forma en la que el propio Presidente se autoconstruye, de la información en torno a los compromisos cumplidos o de los que aún quedan pendientes. No hay que olvidar que, además del consumo diario y coyuntural de *Las mañaneras*, éstas van conformando un acervo digital relevante, cuyo análisis da cuenta de la agenda mediática y política con la que la Presidencia busca incidir en la opinión pública, para lo cual también se vale de un sistemático e intenso uso de redes sociodigitales.

Con el marco teórico-metodológico interdisciplinario, diseñado para esta investigación, que combina la sociolingüística, la semiótica social y el análisis del discurso, pudimos examinar la evolución de *Las mañaneras* como acto comunicativo, así como el repositorio multimodal digital que las aloja. Como pudo verse, el abanico de temas que el Gobierno consideró prioritarios desde el inicio

de su gestión sufrió el impacto de la pandemia por Covid que, a partir de marzo de 2020, se adueñó de la esfera pública. Pese a ello, otros asuntos permanecieron en la agenda de Presidencia, y paulatinamente desplazan al Covid, tales como el combate a la inseguridad, las relaciones con los EUA, el combate a la corrupción, la compleja reactivación económica, el combate al robo de gasolina o el fortalecimiento de PEMEX.

Se dio cuenta, asimismo, de cómo la autoconstrucción de hablante individual, que era más marcada al inicio de las conferencias, fue cediendo el paso a la construcción del referente. No obstante, la reiteración en la imagen de AMLO y el tipo de encuadre utilizado, que pueden interpretarse como una forma de autoconstrucción de hablante, refuerzan el presidencialismo que durante décadas ha sido distintivo del sistema político mexicano. Frente a ello resulta paradójico que una actividad como la conferencia presidencial diaria, que se supone debe alentar la vida democrática y el contacto directo de los gobernantes con los medios, con otros actores políticos y con la ciudadanía, conceda tanta importancia a la imagen del Presidente.

Desde luego, queda material por explorar en este acervo digital. Por ejemplo, sería útil realizar un análisis sintáctico detallado de los títulos, para identificar los sujetos y las acciones invocados. Asimismo, sería interesante comparar cada título en función del conjunto de temas tratados en cada conferencia, para identificar cuáles temas no se mencionan pese a ser ampliamente referidos en las conferencias. También sería pertinente analizar cada imagen en relación con el título que le acompaña, y tener así más evidencia de los sentidos que subyacen a estos discursos digitales. No obstante, consideramos que esta primera aproximación a un acervo hasta ahora poco atendido ofrece resultados que abonan a la comprensión de temas apremiantes tales como los mecanismos de establecimiento de agenda, la mediatización de la política, la importancia de las redes sociodigitales para el ámbito de la política y, por último, la trascendencia de los acervos digitales como fuentes emergentes para la historia.

Referencias

- Alamilla, S. (2022, julio 7). El desencanto de las mañaneras: Baja 61% el número de reporteros en dos años. *Eme equis*, <https://m-x.com.mx/investigaciones/el-desencanto-de-las-mananeras-baja-61-el-numero-de-reporteros-en-dos-anos>.
- Andrade, C. P., Flores González, R., & Pablo Contreras, M. (2021). Las conferencias mañaneras y el monitoreo de medios. *UVserva*, 12, pp. 153-168. <https://doi.org/10.25009/uvs.vi12.2797>

- Benítez, D. (2022, abril 11). La 'mañanera' es una tom-tom-tómbola: Así será el sorteo para acomodar a reporteros. *El Financiero*, <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2022/04/11/la-mananera-es-una-tom-tom-tombola-asi-sera-el-sorteo-para-acomodar-a-reporteros-en-la-conferencia>
- Bajtin, M. (1997). *Estética de la creación verbal*. Siglo Veintiuno Editores. (Original work published 1982).
- Calsamiglia Blancafort, H., & Tuson, A. (1999). *Las cosas del decir: Manual de análisis del discurso* (1. ed). Ariel.
- ContraReplica. (2022, julio 22). AMLO rompe récord y alcanza la mañanera más larga de su gobierno. *ContraReplica*. <https://www.contrareplica.mx/nota-AMLO-rompe-record--y-alcanza-la-mananera-mas-larga-de-su-gobierno--202222744>
- Estrada, L. (2022). *El imperio de los otros datos. Tres años de falsedades y engaños desde Palacio*. Penguin Random House Grupo Editorial México.
- Forbes Staff. (2022, mayo 31). Presidencia arma playlist de las canciones que ha puesto AMLO en sus mañaneras. *Forbes México*. <https://www.forbes.com.mx/presidencia-arma-playlist-de-las-canciones-que-ha-puesto-amlo-en-sus-mananeras>
- Hodge, B., Salgado Andrade, E., & Villavicencio Zarza, F. (2021). La anticorrupción como corrupción: Contradicciones y complejos ideológicos en la política mexicana. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 21 (1), pp. 62-83. <https://doi.org/10.35956/v.21.n1.2021>
- Hymes, D. (1972). Models of the interaction of language and social life. En J. Gumperz y D. Hymes (eds.), *Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication*. pp. 35-71. Basil Blackwell.
- Meyer, L. (2015). Felipe Calderón o el infortunio de una transición. *Foro internacional*, 55 (1), pp. 16-44. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0185-013X2015000100016&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Muñiz, C. (2021). Construyendo la polarización a través del discurso político. Análisis del uso de claves periféricas en la retórica del presidente mexicano López Obrador. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 26, pp. 149-165. <https://doi.org/10.6035/clr.5806>
- Nájar, A. (2019, enero 31). Así son las «mañaneras», la novedosa estrategia para gobernar de AMLO en México. *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-47066862>
- Pasaye, RGV (2022). La Conferencia mañanera de AMLO y la cultura de la cancelación. *Razón y Palabra*, 26 (113). <https://doi.org/10.26807/rp.v27i113.1871>
- Pericot, J. (2002). *Mostrar para decir: La imagen en contexto*. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Piñeyro, J. L. (2012). El ¿saldo? De la guerra de Calderón contra el narcotráfico. *El Cotidiano*, 173, pp. 5-14. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32523131002>
- Pontvianne, J. (2021). La guerra contra el narcotráfico de Felipe Calderón: de la crisis de seguridad a la tragedia humanitaria. *Analecta Política*, 11(20), pp. 6-25. <https://doi.org/10.18566/apolit.v11n20.a01>
- Porrúa, I. C. (2017). El drama de Felipe Calderón en la guerra en contra del narcotráfico: Felipe calderon's drama in the war against drug trafficking. *Andamios*, 14(34), pp. 305-328. <http://pbidi.unam.mx:8080/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=131144431&lang=es&site=eds-live>

- Ramírez Pimienta, J. C. (2013). De torturaciones, balas, y explosiones: Narcocultura, Movimiento Alterado e hiperrealismo en el sexenio de Felipe Calderón. *A Contracorriente: A Journal of Social History and Literature in Latin America*, 10(3), pp. 302-334. <http://pbidi.unam.mx:8080/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=mzh&AN=2015320881&lang=es&site=eds-live>
- Salgado, E. (2003). *El discurso del poder: Informes presidenciales en México, 1917-1946* (1. ed). CIESAS : M.A. Porrúa.
- SinembargoMX. (2019, diciembre 26). Investigación: Crimen organizado y neoliberalismo, las palabras más citadas en "mañaneras" 2019. *SinEmbargo MX*. <https://www.sinembargo.mx/25-12-2019/3701097>
- Slatka, D. (1971). 4. Esquisse d'une théorie lexico-sémantique: Pour une analyse d'un texte politique (Cahiers de doléances). *Langages*, 6 (23), 87-134. <https://doi.org/10.3406/lgge.1971.2051>
- Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing social semiotics*. Routledge.