

# La comunicación presidencial y los discursos de odio en México. Un análisis del mensaje del mandatario Andrés Manuel López Obrador

Claudia Cecilia Flores Pérez

Universidad Autónoma de Zacatecas, Unidad Académica de Docencia Superior,  
Av. Preparatoria S/N. Torre de Posgrados, primer piso. Zacatecas, Zac., CP 98000

claudiacecy.flores@uaz.edu.mx

**Resumen:** Durante los últimos dos años, el Jefe del Estado Mexicano, Andrés Manuel López Obrador, ha sido acusado de promover discursos de odio a través de sus conferencias matutinas conocidas como “las mañaneras”. Por ello, en virtud de que el discurso institucional resulta fundamental para mantener la gobernabilidad en una nación polarizada, esta investigación tuvo como objetivo analizar el mensaje del presidente con la finalidad de conocer su contenido. De esta manera, a través del análisis de contenido los resultados sugieren que en México, el discurso institucional priva sobre los discursos de odio, conteniendo de esta manera el ambiente de confrontación en el país. No obstante, el ejercicio de mejora continua en las políticas de comunicación presidencial debe ser la constante en este gobierno para eliminar escenarios desfavorables y de crisis, que deslegitiman a este Gobierno, conocido como la Cuarta Transformación (4T).

**Palabras clave:** Discurso institucional, discursos de odio, gobernabilidad.

**Abstract:** Over the past two years, Mexican Head of State Andrés Manuel López Obrador has been accused of promoting hate speeches through his morning lectures known as "Las Mañaneras". Therefore, because institutional discourse is critical to maintaining governance in a polarized nation, this investigation aimed to analyze the president's message in order to know its contents. In this way, through content analysis the results suggest that in Mexico, institutional discourse deprives over hate speech, the atmosphere of confrontation in the country. However, the exercise of continuous improvement in presidential communication policies must be the constant in this government to eliminate unfavourable and crisis scenarios, which delegitimize this Government, known as the Fourth Transformation (Cuarta Transformación or 4T, in Mexico).

**Keywords:** Institutional discourse, hate speeches, governance.

## 1. Introducción

Tras la lucha armada revolucionaria -que inició en 1910 y oficialmente concluyó en 1917 con la promulgación de la nueva Constitución Política-, México quedó a merced de un partido político de centro derecha que lo gobernó por más de 76 años, existiendo solamente una corta alternancia de dos sexenios por un partido calificado como de extrema derecha, que tampoco supo aprovechar su momento histórico, dejando a su paso una nación desolada y sumida en graves escándalos de corrupción por el evidente tráfico de influencias y la supuesta lucha contra el crimen organizado que trajo consigo miles de muertos y desaparecidos.

Derivado de lo anterior, el hartazgo social no se hizo esperar y haciendo uso del voto de castigo durante las elecciones presidenciales del 2018, la población empoderó al recientemente fundado partido de oposición, Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), que se alzó con el triunfo en las urnas, lo que se tradujo meses después en el primer gobierno de izquierda en la historia de la nación mexicana, encabezado por su ahora presidente, Andrés Manuel López Obrador, rompiendo de tajo con el *estatus quo* imperante hasta ese momento. En este sentido, es importante destacar que ya durante la respectiva campaña proselitista existía una abierta confrontación entre los diferentes

agentes de poder y la ciudadanía segmentada en ideologías políticas, misma que ha ido escalando de manera vertiginosa, hasta polarizar al país.

Adicionalmente, el actual régimen ha implementado desde su llegada, sus propias políticas económicas y sociales -de las cuales, la misma comunicación no ha resultado ajena-, afectando fuertes intereses económicos de los grupos hasta ayer hegemónicos, incluyendo por supuesto a los grandes consorcios mediáticos, quienes han visto severamente mermadas sus ganancias con el nuevo modelo presidencial de información y comunicación social, mediante el cual se ha reducido significativamente el gasto en publicidad, en virtud de que ahora el principal medio de comunicación del gobierno federal son “las benditas redes sociales”, bajo el argumento de que a través de éstas, se puede estar en contacto directo con la gente.

Dichas medidas, enarboladas por el autonómado gobierno de la Cuarta Transformación, han exacerbado como nunca antes a los opositores, llegando estos -incluso- a proponer de manera abierta y reiterada, el asesinato del Jefe de Gobierno del Estado Mexicano, haciendo un urgente llamado a un golpe blando.

Pero paradójicamente, son precisamente estos adversarios, los que acusan al presidente de México de incentivar discursos de odio mediante los mensajes que emite diariamente a través de sus

“mañaneras”, argumentando que desde dichos espacios comunicativos se aprovecha la gran audiencia que tiene el ejecutivo federal para provocar a los mexicanos que no son afines a su administración, confrontando a la nación entera.

Por ello, el objetivo de la presente investigación es llevar a cabo un análisis de contenido de los discursos del mandatario de México, y de su comunicación presidencial, con la finalidad de conocer el significado y alcance de su mensaje, en el propósito de verificar si el Jefe del Ejecutivo Federal es emisor o no, de los llamados discursos de odio. Al mismo tiempo, se investigan el contexto, y el uso y manejo político que han dado sus detractores, a dichas acusaciones.

## 2. Marco teórico

Hoy en día la comunicación ha adquirido una dimensión decisiva y trascendental, incluso imprescindible, pues se encuentra presente en el éxito de todo tipo de relación, incluyendo las diplomáticas, institucionales, políticas, y gubernamentales [1]. De esta manera, Manuel Martín Serrano, destacado experto en la materia, sostiene que en nuestra sociedad, la comunicación ha llegado a constituirse en un componente estratégico de cualquier actividad relacionada con la producción y la reproducción social, precisamente porque constituye un nexo importante entre ambas funciones [2].

Además, desde siempre, personas e instituciones han utilizado a la comunicación como elemento de poder y para hacerse una buena imagen pública, aún mucho antes de estudiarse el hecho comunicativo [2]. Adrián García Cortés va más allá y sostiene que la comunicación social es el “Flujo o intercambio de mensajes y respuestas entre emisores, transmisores y receptores; el proceso mediante el cual, grupos sociales utilizan medios técnicos (prensa, radio y televisión) para transmitir contenidos simbólicos a un gran número de personas heterogéneas y muy diseminadas” [3].

Felipe Pardinás considera de tal relevancia a la comunicación social que señala que “todo evento en que intervengan seres humanos es un evento de comunicación social” [4]. Igualmente, el periodista Jesús Ramírez López señala que el fundamento de la comunicación social es aquel que le da sentido institucional a las acciones de gobierno; y la investigadora Silvia Molina destaca que “es aquella que el gobierno mantiene con los partidos políticos, los otros sistemas de la sociedad y la ciudadanía en general” [5]. Por su parte, Tello sostiene que la comunicación social deberá constituirse como la premisa fundamental para las relaciones político-sociales, pero también como un principio moral, ya que debe ser al mismo tiempo una práctica permanente y un valor ético que norme la acción de las instituciones públicas [6].

Sin embargo, la comunicación social es también llamada comunicación pública, comunicación institucional y comunicación gubernamental, aunque hay claras delimitaciones entre ellas, dado que la comunicación pública se centra en los fenómenos de producción, tratamiento y difusión de la información que crea y recrea los debates y temas públicos, así como “en la comunicación de las instituciones, las empresas, los

movimientos y los grupos que intervienen en la plaza pública” [7]; mientras que la esfera pública fue definida por Habermas como “un área de la vida social en la que las personas pueden reunirse, discutir libremente e identificar problemas sociales, y con esta discusión, influenciar la acción política” [8].

Por su parte, la comunicación institucional es entendida como toda “aquella actividad comunicativa vinculada a la estructura que conforma el sector público de un territorio” [9], y a la comunicación gubernamental, Mario Riorda la define como “un método a través del cual un gobierno democrático intenta hacer explícitos sus propósitos u orientaciones a la opinión pública para obtener apoyo o consenso en el desarrollo de sus políticas públicas” [10]; destacando que la “idea genérica de la comunicación gubernamental es generar consenso en torno a un gobierno y, por ende, a la mayor cantidad de ciudadanos posibles. Hay una lógica de inclusión en el destinatario, que no tienen los otros tipos de comunicación” [11].

En este sentido, Campbell y Wyszomirski [12] señalan que el proceso de la comunicación que entabla el gobierno con la sociedad tiene un horizonte y un objetivo, ya que busca que los ciudadanos conozcan sus planes y programas, además de sus políticas administrativas, para que se adhieran a ellas con la idea de que las cosas se están haciendo muy bien y que por lo tanto, dichos gobiernos merecen repetir en el cargo. Otra definición de comunicación gubernamental de María José Canel y Karen Sanders [13] hace énfasis en el rol, la práctica, los propósitos y los logros que se llevan a cabo en nombre de una institución pública, cuyo fin principal es el trabajo ejecutivo, brindando servicios con una racionalidad política y constituyéndose sobre la base del consenso directo o indirecto de las personas, mismos que se ponen en práctica para cumplir la voluntad de la ciudadanía.

Aguilar [14] considera que la comunicación gubernamental se sustenta en el derecho a la información que tienen los ciudadanos y en la obligación que tiene el gobierno de rendir cuentas. Considera además que lo que garantiza que el derecho a la información no sea un ejercicio estéril y vacío, es que la información pública sea amplia, significativa y accesible a los ciudadanos. Garnett afirma que “la comunicación de un gobierno afecta a la calidad de vida de los gobernados, e incluso a veces, a la posibilidad de que estos sigan viviendo” [13]. A su vez, Meyenberg afirma que “la operación de la comunicación gubernamental se refiere al manejo estratégico del intercambio de información, que resulta crucial en la interacción exitosa entre las organizaciones y los públicos” [15]; y Carlos Cezar Layon [16] entiende a la comunicación gubernamental como la comunicación llevada a cabo entre y hacia el Estado, los cuerpos de gobierno y la sociedad.

Por consiguiente, el Diccionario de la Real Academia Española define a la política como “el arte de gobernar los pueblos; la actividad del ciudadano cuando interviene en los asuntos públicos con su opinión, con su voto, o de cualquier otro modo; la actividad de los que rigen o aspiran a regir los asuntos públicos” [17]. Al respecto, María José Canel [18] sostiene que no hay política sin comunicación, ya que su importancia es tal, que resulta esencial para la toma de decisiones, en virtud de que

la adopción de cualquier medida necesita información e intercambio de opiniones entre aquellos que están implicados, verificando que las medidas que han sido adoptadas sean vinculantes entre el origen del poder y el ejercicio del poder para consolidar la legitimidad, y organizando a la comunidad en los consensos y en la resolución de conflictos.

Asimismo, Canel afirma que la dimensión comunicativa de cualquier institución radica en que su supervivencia está ligada a la capacidad que tenga para definirse, para mostrar sus objetivos, para justificar acciones y para implicar a los demás en las mismas [19]. Dominique Wolton [20] define a la comunicación política como el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos. Esto implica la construcción de un conjunto de estrategias que son utilizadas para impactar a distintos auditorios y conseguir así un consenso con respecto al mensaje que se intenta transmitir.

Desde este punto de vista, la comunicación política se traduce entonces en condición del funcionamiento de un espacio público más extenso, un espacio que permite la interacción entre la política, la información y la comunicación, pero lo es también de espacios más acotados como la comunicación de los gobiernos [21]. Por esta razón, Manuel Castells, en su libro “Comunicación y Poder”, señala que el “poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder” [22]. Asimismo, destaca que “El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones” [22].

En virtud de lo anterior, Van Dijk [23] coincide en que el discurso político representa las interacciones entre los diversos grupos sociales con poder, ya que el discurso en términos generales es un hecho comunicativo, una manifestación tangible de dichas interacciones sociales. De esta manera, por medio del discurso político se pueden determinar los elementos comunicativos que se usan para establecer o mantener las relaciones de poder entre los diferentes grupos sociales quienes desde la comodidad de su hogar, su trabajo, o desde la calle, emiten una opinión, un comentario o expresan su desagrado ante los temas de controversia con un simple clic en sus celulares inteligentes [24].

Sin embargo, Meyenberg y Aguilar [21] sostienen que el discurso fija el campo de comunicación con el auditorio y establece los términos del diálogo.

Por esta razón, cualquier líder que busque ejercer alguna influencia política o movilizar apoyo hacia su causa, está obligado a poner mucho cuidado y emoción en lo que dice, ya que el mensaje que se emite (políticamente hablando) atiende al menos a tres significados:

- 1) La definición de la manera en que se comunicará el proyecto de gobierno, es decir, definir el conjunto y cada una de las fases en que se desarrollará.

- 2) El discurso en sí mismo.
- 3) El uso que hacen los gobernantes de los medios de comunicación para explicar a la sociedad las razones de sus decisiones [21].

En consecuencia, las acciones desarrolladas a través de la interacción construida a partir del discurso se legitiman y dan lugar a una serie de medidas; en este caso, la política. Bajo esta premisa, Luz María Martínez sostiene que las instituciones del Estado son emisoras de un discurso argumentado, llamado “institucional” y que su finalidad radica en convencer a sus interlocutores, por lo que dicho discurso es una modalidad de comunicación que pretende comprometer a los actores sociales que participan en cualquier proceso de la sociedad: político, económico, social y jurídico, entre otros. “La emisión de estos documentos, es una forma de intervención para alcanzar un objetivo” [25].

Por ende, y contrarios al discurso institucional se encuentran los discursos de odio, que según la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) son contrarios a los valores fundamentales del sistema jurídico, como los derechos humanos y la democracia constitucional y que además, son un caso especial de discurso discriminatorio, ya que se caracterizan entre otras cosas, por promover la discriminación y la violencia en contra de personas o grupos determinados, por razones como la religión o el origen étnico o nacional, y en casos extremos, abogan por el exterminio de esas personas o grupos, por no reconocerles igual dignidad humana [26].

En este contexto, el artículo 1o. Constitucional y el 24 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos reconocen el derecho a la igualdad y prohíben la discriminación por razones como la religión o el origen étnico o nacional. Los artículos 13 de esa Convención y 20 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, prohíben toda apología del odio nacional, racial o religioso, que incite a la violencia o a la discriminación. Adicionalmente, la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación, prohíbe toda discriminación racial, toda difusión de ideas racistas, toda incitación a la discriminación y toda violencia motivada por esas razones; así como la Ley para Prevenir y Eliminar la Discriminación del Distrito Federal (hoy Ciudad de México), prohíbe cualquier forma de discriminación como, entre otras, las conductas que inciten a la exclusión, persecución, odio, violencia, rechazo o difamación de personas o grupos. En este sentido-enfatiza la SCJN-, las normas constitucionales, convencionales y legales citadas, permiten fundamentar la premisa de que el discurso discriminatorio, y especialmente el discurso de odio, es contrario a valores fundamentales en que se asientan los derechos humanos y la democracia constitucional, como lo son la igualdad, la dignidad e incluso la posibilidad de que los destinatarios de esos discursos ejerzan, en condiciones de igual consideración y respeto, su libertad de expresión [26].

En contraparte, la cultura de paz fue definida por la Asamblea General de las Naciones Unidas [27] como un conjunto de valores, actitudes, tradiciones, comportamientos y estilos de vida basados en el diálogo y la cooperación; el respeto pleno y la

promoción de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales; el compromiso con el arreglo pacífico de los conflictos; el respeto y el fomento del derecho de todas las personas a la libertad de expresión, opinión e información; la adhesión a los principios de libertad, justicia, democracia, tolerancia; el entendimiento a todos los niveles de la sociedad; el respeto a la vida y el fin de la violencia.

En este aspecto es que se llevó a cabo la presente investigación, con la finalidad de analizar los discursos del licenciado Andrés Manuel López Obrador en el marco de su comunicación presidencial, misma que según Meyenberg y Aguilar está representada por las ideas, visión, forma de ser y decisiones del mandatario en turno, en el ámbito de la comunicación; así como por “su personalidad, estilo de gobernar, manera de entender la política, su concepción de la democracia y de la comunicación” [21], como elementos centrales de la forma y el contenido que adquiere dicha comunicación.

Por lo anteriormente expuesto, este trabajo se respalda en la teorías de la Agenda Setting, que nos dice que “los medios, más que incidir en lo que la gente piensa, determinan los temas que están en el centro de los debates y las controversias colectivas, es decir, establecen los temas sobre los que reflexiona la gente” [8]; y de la Espiral del Silencio, que considera que los individuos “están expuestos a una fuerte presión social por lo que se debe analizar el contexto o el clima social que los rodea, ya que el orden vigente se mantiene por la necesidad de ser aceptado y por la exigencia pública” [8].

Y es que, actualmente, como efecto de la efervescencia de las redes sociales, la información expuesta a la opinión pública impulsa la participación ciudadana que reporta desde el lugar de los hechos con transmisiones en vivo, lo que posibilita también la interacción y la bidireccionalidad entre el gobernado y sus gobernantes. En tal sentido, los nuevos retos que enfrentan los gobiernos, son los de comunicarse con sus ciudadanos en los entornos digitales de comunicación, lo que implica generar innovadoras estrategias y dejarse llevar por la naciente ola de paradigmas que ha traído consigo la llamada sociedad de la información y el conocimiento [21], con la finalidad de mantener la gobernabilidad, que comprende los mecanismos, procesos e instituciones que determinan cómo se ejerce el poder, cómo se toman las decisiones sobre temas de inquietud pública y cómo los ciudadanos articulan sus intereses, ejercitan sus derechos, cumplen sus obligaciones y median sus diferencias [28], es decir, la habilidad de gobernar, y la capacidad de procesar y aplicar institucionalmente decisiones políticas [29].

### 3. Materiales y método

Mediante este trabajo se exploran las prácticas de comunicación presidencial en la historia moderna de México, así como su sustento legal, con la finalidad de identificar, los aciertos y desaciertos en la materia. El estudio responde al paradigma cualitativo-descriptivo, a través de la técnica de análisis de contenido, que en palabras de Abela “es una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la

observación y producción de los datos y la interpretación o análisis de los datos” [30].

Para ello, se llevó a cabo una revisión bibliográfica en varias áreas del conocimiento, entre las que destacan la comunicación, el derecho, la sociología, y la antropología. La investigación se desarrolló bajo un enfoque social y multidisciplinario. De esta manera, en la búsqueda de una respuesta a las consideraciones anteriores, se consultaron trabajos ya publicados, y se dio una relectura a las normas y leyes vigentes. También se realizó un minucioso seguimiento hemerográfico y se revisó la teoría correspondiente.

Con detalle se analizaron la Ley General de Comunicación Social, el Acuerdo por el que se establece la política de comunicación social del gobierno federal; y el Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para el registro y autorización de las estrategias y programas de comunicación social y de promoción y publicidad de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2020. Además se consultó la opinión de especialistas en el tema.

Como ya se mencionó con anterioridad, el abordaje metodológico se llevó a cabo a través del análisis de contenido, que -con la finalidad de enriquecer la definición anterior-, Berelson la define como la técnica ideal de investigación para la “descripción objetiva y sistemática del contenido manifiesto de la comunicación” [31]. Dicho análisis de contenido fue aplicado a un número determinado de las conferencias de prensa matutinas del presidente de México, mismas que se transmiten diariamente a través de las “benditas” redes sociales, definidas estas últimas por Hütt como los lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, “con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos, y que además –sostiene-Wikipedia las define como una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos donde nodos representan individuos y las aristas las relaciones entre ellos” [32]. Es importante destacar que a través de las “mañaneras”, se genera diariamente la opinión pública del país, que según Norma Pareja y Martín Echeverría puede definirse como “un fenómeno social en el cual existen una serie de ideas, pensamientos y creencias en torno a diversos temas de carácter colectivo, el cual tiene diferentes manifestaciones, entre las que se puede contemplar la participación política” [33].

Primeramente se llevó a cabo una búsqueda exhaustiva a través de Internet, en los principales diarios y páginas noticiosas de circulación nacional -sobre todo de las fuentes que cubren directamente “las mañaneras”-, con la finalidad de localizar las acusaciones publicadas en contra el mandatario mexicano, donde se le responsabiliza de la polarización del país, a raíz de la supuesta emisión de discursos de odio a través de su comunicación presidencial. Cuando las mañaneras tuvieron lugar en provincia, fueron consultados también los periódicos locales del lugar en cuestión. El periodo considerado de interés para la búsqueda, abarcó del 1 de diciembre de 2018 al 1 de diciembre de 2020, en concordancia con los postulados de la Agenda Setting.



El estudio de notas periodísticas en este caso en particular resultó una técnica fundamental, ya que como lo sostiene López-Noguero [34], permite analizar una gran cantidad de información, proveniente de documentos secuenciados y fuentes diversas, y presta especial interés al contenido de los mismos.

Derivado de lo anterior, se encontraron solamente 9 (nueve) notas relacionadas con el objeto de estudio, mismas que fueron clasificadas en un cuadro comparativo con las variables de número consecutivo, fecha, nombre del declarante, cargo o figura política, medio donde se publicó la nota, frase principal de acusación, contexto, liga y la fecha de las mañaneras a analizar, en virtud de que de cada acusación publicada, se seleccionaron para ser analizadas las mañaneras del día de la acusación, además de las de dos días anteriores y dos días posteriores, dando un total de 5 (cinco) mañaneras por cada acusación. Las tres primeras, con la finalidad de constatar que las acusaciones fuesen fundadas, y las dos posteriores, para verificar las posibles reacciones del mandatario, ante estos hechos acusatorios.

Por ello, el corpus de la presente investigación está compuesto de 45 (cuarenta y cinco) conferencias matutinas que fueron seleccionadas en apego a las 9 (nueve) acusaciones públicas contra el presidente, corpus que representa prácticamente el 10% del total de “las mañaneras” emitidas en estos dos años por el gobierno de la Cuarta Transformación (4T).

#### 4. Resultados

Ya se mencionó en el apartado anterior que se realizaron búsquedas exhaustivas en periódicos nacionales con versión digital, que abarcaron los dos años de gobierno de la 4T, encontrando solamente nueve notas de interés, a partir de las cuales se seleccionaron las 45 mañaneras a estudiar, definiendo con ello el corpus de la investigación. De esta manera, se les aplicó la metodología de análisis de contenido a dichas conferencias matutinas, mediante una tabla de cotejo con los rasgos enmarcados en los “discursos de odio”, según la SCJN [26], convirtiéndose así en las unidades de análisis que permitieron cotejar el mensaje del presidente de México.

La tabla de cotejo está compuesta por dos partes, la primera contiene información sobre la conferencia “Mañanera”, iniciando por la fecha, el lugar de celebración y la duración; participantes; temática principal abordada; el enlace al sitio web, y por último, el contexto en que se da. La segunda parte contempla los rasgos de los “discursos de odio” (establecidos con antelación por la SCJN), con el fin de constatar las acusaciones públicas contra el mandatario, logrando así una suma operacionalizada (✓ X) del mensaje.

A partir de la suma, se realiza una valoración por intervalos que permite establecer el contenido de la comunicación presidencial. Dichos rasgos son: 1). Discurso discriminatorio que se caracteriza por promover la discriminación y la violencia en contra de personas o grupos determinados, por razones como la religión o el origen étnico o nacional, y en casos extremos, abogan por el exterminio de esas personas o grupos, por no reconocerles igual dignidad humana; 2). Las conductas que inciten a la exclusión, persecución, odio, violencia, rechazo o difamación de personas o grupos.

Para este fin, después de analizar minuciosamente las cuarenta y cinco conferencias matutinas a través de los dos rasgos categorizados en el párrafo anterior, se encontró que primeramente, respecto al mensaje, en el 100% de *Las Mañaneras* se encuentran totalmente ausentes el discurso discriminatorio y la incitación a la violencia en contra de grupos minoritarios, así como las razones de religión u origen étnico. Asimismo, en el 100% de ellas, en ningún momento se aboga por el exterminio de personas o grupo alguno, y nunca se pone en duda el reconocimiento a la dignidad humana de ninguna persona, es más, ni siquiera se menciona, ya que no es tema central ni periférico de ninguna de las conferencias analizadas. En dicha comunicación presidencial por el contrario, destacan, con un 60%, las palabras “primero los pobres”, con un 15% “los humildes y honestos”, 10%, “las comunidades indígenas”, 10% “los valores morales y espirituales”, y con el restante 5%, la palabra “igualdad”; todas ellas, abiertamente antagónicas a los discursos de odio.

En alusión al segundo rasgo, concerniente a las conductas del mandatario, tenemos que al analizar el total del corpus de la investigación, éste nos arroja como resultado, que solamente en el 2% de las conferencias matutinas estudiadas, se observa una actitud de rechazo por parte del Presidente, en contra de “un grupo de provocadores que actúan en el anonimato, a través de las redes sociales”, negándose a llamarlos por su nombre y desdiciéndose inmediatamente, argumentando que se refería a los “bots”. Es importante destacar que dicho actuar fue asumido por el licenciado Andrés Manuel López Obrador, en el contexto de los fuertes señalamientos que circularon anónimamente en redes sociales en aquel entonces, en contra del recientemente instalado gobierno Lopez-Obradorista, responsabilizándolo del avionazo en el que perdieron la vida, la gobernadora de Puebla, su esposo y otras tres personas que viajaban con ellos. Al día siguiente de sus exabruptos, el mandatario pidió una disculpa pública durante la *Mañanera*.

No obstante, en el restante 98% de las conferencias matutinas analizadas, se descartan totalmente las conductas que inciten a la exclusión, persecución o violencia, por parte del Presidente.

Derivado de lo anterior, podemos determinar entonces que los discursos emitidos por el Jefe del Estado Mexicano durante *Las Mañaneras*, no pueden ser considerados como discursos de odio, simple y sencillamente, por incumplir con los dos rasgos establecidos como determinantes para tal fin, por la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en la tesis 1ª, CXLVIII/2013 (10a.), amparo directo en revisión 2806/2012 [26].

#### 5. Análisis de resultados

Pocos conceptos resultan tan complejos hoy en día que incluso su definición puede dificultarse más allá de las propias fronteras del conocimiento y la transdisciplina para su tratamiento. Tal es el caso de los llamados discursos de odio, que además constantemente están pisando los límites de la libertad de expresión, como una espiral interminable. En este contexto, en la mayoría de las ocasiones no se sabe con precisión en qué sentido se está usando dicho término, pero desafortunadamente con

mayor frecuencia de la que quisiéramos, se aprecia su uso aleve, muchas veces periodístico, no técnico, sin presentar un grado razonable de precisión, sino más bien vago, con un incuestionable uso político, cuya única finalidad es la de criminalizar públicamente a quien supuestamente lo emite [35]. De esta manera, en poco menos de dos años del gobierno López-Obradorista, el pasado 24 de noviembre se alcanzaron las 500 mañaneras o conferencias de prensa matutinas, cifra récord en la historia presidencial de México, colocando al jefe del ejecutivo federal en el ojo del huracán como el gobernante más mediatizado del momento. Dicho modelo de comunicación social, en donde el Jefe del Estado Mexicano resulta ser su propio vocero -además de constituirse como el medio y el mensaje-, ha enardeciendo como nunca antes a los opositores al gobierno, que contrario a lo que sucede en otras latitudes, en México se traducen en los representantes, militantes y simpatizantes de la llamada “derecha”, políticamente hablando.

En esta tesitura, los resultados de la investigación desmientan las acusaciones públicas en contra del Presidente de México como promotor y difusor de la discriminación, el odio y la violencia, ya que como ha quedado demostrado en el apartado anterior, en nuestro país, el discurso institucional prevalece sobre los discursos de odio, en estricto apego a los postulados de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los Tratados Internacionales firmados por México, y las correspondientes leyes reglamentarias federales y estatales.

## 6. Conclusiones y recomendaciones

No puede ni debe obviarse, que todas las acusaciones en contra del presidente fueron hechas por adversarios políticos a su gobierno, claramente identificados estos últimos con el Frente Nacional Anti AMLO (FRENA) y con el Bloque Opositor Amplio (BOA), cuyas declaraciones coinciden con fechas políticamente coyunturales, como el accidente en el que perdió la vida la gobernadora de Puebla, en diciembre de 2018; así como la matanza de Texas, EEUU, en agosto de 2019, donde se le compara -sin ningún motivo o sin que éste haya tenido nada que ver con el evento-, con el presidente de los EEUU, Donald Trump, por el supuesto uso de los discursos de odio.

Bajo esta serie de reflexiones, es fundamental señalar que la esencia misma del discurso presidencial impacta la credibilidad y sobre todo, la legitimidad, en relación a la gobernabilidad y por lo tanto, a la ciudadanía. Por ello, es importante reiterar que la comunicación de gobierno en cualquiera de sus niveles debe ser discursivamente planificada y especialmente sostenida a partir de elementos de valor como el respeto, la congruencia y la honorabilidad, generando una comunicación asertiva mediante la participación colectiva, asumiendo así un compromiso público que aporte a la relevancia informativa de cara a la sociedad.

En este contexto, es también pertinente observar que no son válidas las autocomplacencias y que por lo tanto, el Presidente de México debe armonizar el contenido de sus mensajes emitidos durante sus conferencias matutinas y dejar de utilizar términos políticamente incorrectos, como “los conservadores”, “la prensa fiff”, “la derecha”, “los corruptos”, y “la mafia del poder”, que

en nada abonan en un país polarizado y en constante confrontación. A partir de la práctica continua de la comunicación conciliadora, se eliminarán paulatinamente escenarios poco favorables o de crisis que afectan el desarrollo del trabajo gubernamental. La relevancia entonces del discurso público debe permitir la reflexión por su impacto social como un elemento base del ejercicio asertivo de su función en la comunicación presidencial, entendiéndose ésta como un bien social y por lo tanto, como una tarea relevante que repercute en todos los ámbitos de la ciudadanía, dada su finalidad de mejorar la política y sus acciones, salvaguardar el derecho a la información, garantizar la transparencia y rendición de cuentas, fomentar la participación ciudadana, y robustecer la gobernabilidad a través de una cultura de paz, en un país azotado por la violencia, como consecuencia de una larga historia de corrupción e impunidad.

## 7. Reconocimientos

A la Universidad Autónoma de Zacatecas.

## Referencias

- [1] C.C. Flores Pérez, *La comunicación social en México y la lucha fallida por la transparencia: Del Imperio Azteca a la Ley Chayote*. México: Universidad Autónoma de Zacatecas, 2019.
- [2] T. Álvarez y M. Caballero, *Vendedores de imagen. Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. España: Paidós, 1997.
- [3] A. García Cortés, *Diccionario de Comunicación Social*. México: Siglo Nuevo, 1983, pp. 28.
- [4] F. Pardiñas, *Manual de Comunicación Social*. México: EDICOL, 1978, pp. 8.
- [5] S. Molina Y Vedia, “Comunicación gubernamental: ¿encanto o desencanto?”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. XLVI, no. 190, 31-45, 2004.
- [6] E. Tello “Comunicación, sociedad y gobierno, en el estado de México”, *Revista Razón y Palabra*, no. 1, 1996 [en línea]. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n8/0188-252X-comso-08-65.pdf>. [Accedido: 11-sep-2020].
- [7] F. Demers y A. Lavigne, “La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación”, *Comunicación y Sociedad*, no. 8, pp. 65-87, 2007 [en línea]. Disponible en: <https://oldversion.razonypalabra.org.mx>. [Accedido: 15-sep-2020].
- [8] J. Busquet y A. Medina, *La investigación en comunicación. ¿Qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir?* España: UOC, S.L. Edición de Kindle, pp. 2026, 2234, 2306.
- [9] N. Escalona, *Comunicación de instituciones públicas*. España: UOC. Edición de Kindle, 2015.
- [10] M. Riorda, “Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso”, en *La construcción del consenso: gestión de la comunicación gubernamental*, Elizalde, L., Fernández, D. y Riorda, M., España: La Crujía Ediciones. 2006, pp. 17-142.
- [11] M. Riorda, “La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental”, *Polítai*, vol.2, no. 3, pp. 96-111, 2011 [en línea]. Disponible en: <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>. [Accedido: 11-sep-2020].

- [12] Campbell y Wyszomirski, *Executive Leadership in Anglo-American Systems*. Pittsburgh University Press, 2007.
- [13] M.J Canel y K. Sanders (2010), “Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión”, *Comunicación y sociedad*, vol. XXIII, no. 1, pp.7-48, 2010 [en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3219377>. [Accedido: 12-sep-2020].
- [14] R. Aguilar, “Bases de la comunicación gubernamental”, *Etcétera*, no. (87), 2008 [en línea]. Disponible en: <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=2337>. [Accedido: 13-sep-2020].
- [15] Y. Meyenberg, “La comunicación gubernamental: Gran Bretaña y México, una visión comparada”, *Revista Española de Ciencia Política*, no. 39, pp. 95-113, 2015 [en línea]. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5272059>. [Accedido: 13-sep-2020].
- [16] C. C. Layon, “Reflexões sobre a comunicação em políticas públicas: proposta de um modelo de avaliação da comunicação governamental”, *Revista de Administração Pública*, vol. 52, no. 1, pp.52-70, 2018 [en línea]. Disponible en: <http://177.105.2.222/handle/1/34079>. [Accedido: 15-sep-2020].
- [17] *Diccionario de la Real Academia Española*, 2020 [en línea]. Disponible en: <https://www.rae.es/>. [Accedido: 25-sep-2020].
- [18] M. J. Canel, *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. España: Tecnos, 1999.
- [19] M.J. Canel, *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos, 2007.
- [20] D. Wolton, “La comunicación política: construcción de un modelo”, en *El nuevo espacio público*, Jean-Marc Ferry, Barcelona: Gedisa, 1995.
- [21] Y. Meyenberg y R. Aguilar, 2015, *La comunicación presidencial en México 1988-2012*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México/ Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza, 2015, pp 191.
- [22] M. Castells, *Comunicación y poder*. España: Alianza Editorial, 2009, pp. 27.
- [23] T. Van Dijk, *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa, 2000.
- [24] M.R. Tarullo, “Las redes sociales en la comunicación de gobierno: una aproximación teórica”, *Rihumso* vol. 1, no. 7, pp. 89-104, 2015.
- [25] L. M. Martínez, “El discurso institucional y las representaciones sociales en la Intervención social”, *Frónesis*, vol. 2, no. 1, pp. 27-55, 1995.
- [26] SCJN, *Amparo directo en revisión 4865/2018. 30 de octubre de 2019. Tesis Aislada (Constitucional). Tesis: 1a. CXVIII/2019 (10a.). Primera sala*, 2019.
- [27] *Asamblea General de las Naciones Unidas*, 1999 [en línea]. Disponible en: <https://www.un.org/es/ga/62/plenary/peaceculture/bkg.shtml>. [Accedido: 30-nov-2020].
- [28] PNUD, *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Capítulo México*, 2020, [en línea]. Disponible en [www.pnud.org.mx](http://www.pnud.org.mx). [Accedido: 20-nov-2020].
- [29] J.J. Sánchez, “Usos de los conceptos de gobernabilidad y gobernanza (una manera de diferenciarlos), en *Gobernabilidad y gobernanza en los albores del siglo XXI, y reflexiones sobre el México contemporáneo*, B. Lerner, R. Uvalle, y R. Moreno, México: UNAM. Instituto de Investigaciones Sociales, Instituto de Administración Pública del Estado de México, A.C., pp. 217-268, 2012.
- [30] J. Abela, “Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada”, *Fundación Centro de Estudios Andaluces*, vol.10, no. 2, pp. 1-34, 2001 [en línea]. Disponible en: <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.-analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf>. [Accedido: 1-nov-2020].
- [31] B. Berelson, *Content Analysis in Communication Researches*. Free Press, 1952, pp. 18.
- [32] H. Hütt, “Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión”, *Reflexiones*, vol. 91, no. 2, pp. 121-128, 2012.
- [33] N. Pareja y M. Echeverría, “La opinión pública en la era de la información. Propuesta teórico-metodológica para su análisis en México”, *Revista Mexicana de Opinión Pública*, no. 17, pp. 51-68, 2014.
- [34] F. López-Noguero, “El análisis de contenido como método de investigación”, *Revista de Educación*, no.4, pp.167-179, 2002.
- [35] M. Risso Ferrand, “La libertad de expresión y el combate al discurso del odio”, *Estudios Constitucionales*, vol. 18, no. 1, pp. 51-89, 2020.