

## El ajuste ideológico al lopezobradorismo de la prensa de opinión mexicana

### The ideological adjustment to lopezobradorismo of the Mexican opinion press

Guillem Compte Nunes\*

\* Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Universidad Nacional Autónoma de México. Programa de Becas Posdoctorales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

#### Resumen

La victoria electoral de Andrés Manuel López Obrador en México en 2018 constituye el más reciente capítulo de la contienda en América Latina entre la hegemonía de la democracia liberal-capitalista y propuestas contrahegemónicas desde el populismo de izquierda. Examinó la recepción del proyecto político de Obrador, la Cuarta Transformación, en columnas de opinión de dos periódicos mexicanos en dos periodos. Hallo una diferenciación ideológica por medio y una erosión temporal en el apoyo del periódico izquierdista; y encuentro formas de pensamiento en ambos medios que refuerzan la vigente hegemonía.

Palabras clave: Hegemonía; ideología; populismo; prensa; México.

#### Abstract

Andrés Manuel López Obrador's electoral victory in Mexico in 2018 constitutes the most recent chapter of the struggle in Latin America between the hegemony of liberal-capitalist democracy and counterhegemonic proposals from leftist populism. I examine the reception of Obrador's political project, the Fourth Transformation, in opinion columns of two Mexican newspapers in two periods. I find an ideological differentiation between media, and an erosion of support over time from the leftist newspaper; I also find thought patterns in both media which reinforce current hegemony.

Keywords: Hegemony; ideology; populism; press; Mexico.

#### Introducción

En América Latina se ha dado recientemente una disputa abierta entre la hegemonía de la posdemocracia –denominación de Colin Crouch (2004) para el tándem democracia electoral y neoliberalismo– y propuestas contrahegemónicas encarnadas por movimientos y gobiernos populistas de izquierda. El balance de estos choques apunta a una marcada resiliencia del orden posdemocrático, que no tolera revoluciones ni en el dominio de los partidos ni en el dominio del mercado (Oliver, 2019). México constituye la última entrega de esta contienda, con la llegada de Andrés Manuel López Obrador (AMLO) a la presidencia en 2018, en volandas de su propio movimiento populista, el lopezobradorismo. Según el presidente y sus seguidores, el nuevo mandato gubernamental introduce la Cuarta Transformación (4T), un cambio de régimen político que superará la corrupción y el neoliberalismo de gobiernos anteriores, y traerá paz y prosperidad al país, particularmente para las clases subalternas –una retórica similar a la de otros populismos.

Los medios de comunicación de masas juegan un papel fundamental en la lucha hegemónica por su sustantiva influencia en la construcción y mantenimiento de lo real. Tras tres décadas de discurso político normalizador de políticas y verdades posdemocráticas, repentinamente se ha instalado una proclama contraria. Qué tanta credibilidad prestan los medios a la 4T –en tanto que nueva realidad llena de bondades– incidirá en su capacidad de hegemonizarse. En este trabajo examino cómo influyen las columnas de opinión

de la prensa mexicana en la legitimación de la ideología de la 4T. ¿Coadyuvan a su consolidación, en sustitución de la posdemocracia? ¿O, más bien, la desacreditan, facilitando la continuidad posdemocrática? Para ello construiré un modelo ideológico y otro contraideológico, mediré los ajustes (contra)ideológicos en una muestra de columnas, y realizaré comparaciones sincrónicas y diacrónicas. El estudio se enmarca en el esfuerzo de la teoría crítica por avanzar en la comprensión y prácticas emancipadoras, aunque no necesariamente afirmando la estrategia populista; también aporta al conocimiento del desarrollo (pos)democrático en México; y pone a prueba la validez de la teoría de la hegemonía en el plano mediático. Organizo la presentación en antecedentes, marco teórico, estado de la cuestión, metodología, resultados, y discusión y conclusiones.

### **Antecedentes**

Tras intentos fallidos en 2006 y 2012 como candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD), el 1 de julio de 2018 AMLO gana la presidencia de México. Gobernará durante un sexenio, procurando instaurar su proyecto político, la 4T. Además de la presidencia, la coalición Juntos Haremos Historia (JHH), encabezada por el partido Morena del nuevo presidente, obtiene mayorías en el Congreso y Senado de la República, y numerosas gubernaturas estatales y alcaldías municipales. Treinta millones de mexicanas y mexicanos han votado por AMLO y las expectativas en relación con esta alternancia política son muy altas, al menos inicialmente. Durante los últimos tres mandatos presidenciales los escándalos de corrupción política-administrativa han desprestigiado a los partidos tradicionales, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el Partido Acción Nacional (PAN). La promesa de AMLO de terminar con la corrupción resulta atractiva. Pero durante la campaña el tabasqueño no se limita a un discurso anticorrupción, sino que conjura un imaginario transformacional: la 4T. De hecho, ésta se origina al menos una década antes. Según informa el periódico *Reforma*, AMLO, dirigiéndose al Consejo Político Nacional del PRD en ocasión de su decimoctavo aniversario en 2007, «recordó que su tarea [del PRD] es buscar la cuarta transformación de la vida pública de México, porque las primeras [transformaciones] fueron la Independencia, la Reforma y la Revolución.»<sup>1</sup> Así, la 4T es un concepto pensado y madurado por AMLO durante años, un constructo modelado por los mitos transformacionales mexicanos (1). No obstante, el término deja escaso rastro con anterioridad a 2018. No aparece en la plataforma de la coalición Por el Bien de Todos en 2006; tampoco figura en la de la coalición Movimiento Progresista en 2012, si bien este documento esboza las líneas maestras del discurso de la 4T, como la denominada austeridad republicana, la lucha contra la corrupción o la crítica al neoliberalismo. En 2011 AMLO y sus seguidores constituyen Morena como asociación civil; al siguiente año, tras la derrota electoral, el excandidato deja el PRD, y Morena inicia el proceso de obtención de registro como partido, que consigue en 2014. En la declaración de principios de Morena se explicita la 4T como en *Reforma* años atrás (Morena, 2019, p. 9), pero el neologismo todavía no arraiga; ni siquiera obtiene mención en la plataforma electoral de Morena/JHH en 2018. Debe esperar a la victoria electoral: ya ganador, AMLO declara que «una mayoría importante de ciudadanos ha decidido iniciar la cuarta transformación de la vida pública de México».<sup>2</sup> Cinco meses después empieza el discurso de toma de protesta reiterando esa decisión popular, y

<sup>1</sup> Salazar, C. (6 de mayo de 2007). Descarta AMLO rupturas. *Reforma*.

<sup>2</sup> Regeneración (julio de 2018). AMLO Presidente. *Regeneración*, p. 3.

explica:

«ahora, nosotros queremos convertir la honestidad y la fraternidad en forma de vida y de gobierno. No se trata de un asunto retórico o propagandístico, estos postulados se sustentan en la convicción de que la crisis de México se originó, no solo por el fracaso del modelo económico neoliberal aplicado en los últimos 36 años, sino también por el predominio en este periodo de la más inmundada corrupción pública y privada.»<sup>3</sup>

Esta descripción de la 4T es primordial en la concepción lopezobradorista; aparece luego, textualmente, en su libro *Hacia una economía moral* (López Obrador, 2019, pp. 64-65) y en documentos gubernamentales. En fin, según sus paladines, la 4T constituye un nuevo orden político, económico, social y moral, que resulta(rá) en un México libre de corrupción e impunidad, en paz, y con mayor igualdad y bienestar social.

### Marco teórico

El problema del papel de los medios en la disputa hegemónica se ubica en el cruce de teorías sobre la relación entre medios y sociedad, de las cuales cabe destacar la sociedad de masas, el marxismo gramsciano y el construccionismo social. Parto del planteamiento de que la realidad es un constructo elaborado colectivamente (Berger y Luckmann, 2012); en concreto, junto a la experiencia cotidiana, la comprensión del mundo en las sociedades contemporáneas proviene del consumo de medios de comunicación de masas (Hall, 2010, p. 245), los cuales se caracterizan por desvincular la producción y construcción de productos mediáticos de su posterior recepción por parte de audiencias indiferenciadas (McQuail, 2010, pp. 52-53). El periodismo, pese a su pretensión de objetividad (Espeche, 2011, pp. 49-50), ejerce políticas de significación (Hall, 2010, p. 168) que construyen una realidad sesgada. Al pertenecer mayoritariamente a empresarios o corporaciones transnacionales,<sup>4</sup> siguen directrices ideológicas que favorecen los intereses de la clase dominante. Louis Althusser (1974) acuñó el término aparatos ideológicos del Estado para denominar la instrumentación de los medios y otras instituciones de la superestructura. Tanto este autor como Antonio Gramsci se alejan del marxismo mecanicista argumentando la centralidad de la ideología en la dominación social. Para el segundo (Gramsci, 1981), el imperio del capital no se explica solamente por la estructura económica o la coerción del Estado; debe considerarse, además, la colaboración de las clases subalternas en su propia opresión. Ello ocurre por la operación superestructural de una hegemonía, es decir, un consenso sobre lo que es y debe ser la realidad, el cual subrepticamente fabrica el consentimiento para la sumisión popular. La hegemonía, por tanto, implica la ideología que beneficia a las clases dominantes, prácticas sociales asociadas y una serie de mecanismos socializadores –aparatos ideológicos– que garantizan su mantenimiento. No obstante, enfrenta el reto de contrahegemonías que socavan sus verdades y aspiran a reemplazarla. Aunque la lucha es desigual –porque la hegemonía domina la producción del sentido social–, pueden surgir coyunturas de inestabilidad política, con intentos de cambio hegemónico. En ambos casos,

<sup>3</sup> López Obrador, A. M. (1 de julio de 2018). *Discurso completo del C. Presidente Andrés Manuel López Obrador en la toma de protesta*. Recuperado de <https://embamex.sre.gob.mx/sudafrica/index.php/discurso-integro-de-andres-manuel-lopez-obrador-al-rendir-protesta-como-presidente>

<sup>4</sup> Media Ownership Monitor Mexico (2020). *¿Quiénes están detrás de los medios en México?* Recuperado de <https://mexico.mom-rsf.org/es/>

mantenimiento o cambio, el proceso hegemónico incluye la (des)articulación de prácticas (des)favorables, el desarrollo de una coalición social promotora, el trabajo ideológico de intelectuales y la articulación de un proyecto nacional (Woolcock, 1985). En suma, comprende el desdoblamiento de prácticas orientadas a formar y mantener valores, creencias, discursos y conductas dentro del universo simbólico deseado.

Los medios, según la teoría de la hegemonía, influyen ideológicamente sobre sus públicos enseñando, legitimando, naturalizando y universalizando elementos o sistemas doctrinarios; ello sin que sea necesariamente advertido por emisores o receptores (Van Dijk, 1995). Los periodistas forman parte del estrato intelectual que toda hegemonía desarrolla; a través del aparato mediático contribuyen al liderazgo ideológico-cultural requerido para mantener el orden social vigente, concretamente difundiendo la ideología dominante (Espeche, 2011). Ahora bien, la incidencia ideológica en la producción y construcción de productos mediáticos varía según el género periodístico y el asunto de interés; puede hipotetizarse que a mayor flexibilidad expresiva y mayor relevancia social, mayor el impacto doctrinal. De esta manera, en la prensa las columnas de opinión facilitan la visibilización ideológica (López, 1995; Kelsey, 2015, p. 42). El columnismo recluta a personas socialmente influyentes, periodistas y otros, que imprimen su particular sello a columnas que generan públicos. Estos intelectuales no sólo difunden, sino que también (re)crean las ideologías; y poseen mayor credibilidad que los periodistas sin perfil público. En situaciones de incertidumbre hegemónica, como la actual irrupción de la 4T, su influencia se incrementa, porque sus audiencias son más receptivas (Van Dijk, 1995, p. 35). La libertad de expresión del columnista, sin embargo, está condicionada por el marco hegemónico y, en concreto, la línea editorial del periódico, la cual interpreta y acentúa determinados aspectos de la hegemonía, en un rango desde la completa asunción de la ideología dominante hasta la promoción activa de ideologías contrahegemónicas. En consecuencia, una primera hipótesis teórica es que las columnas de un medio con una línea editorial afín a la hegemonía se ajustan a la ideología dominante, mientras que aquellas de un medio no afín muestran desajustes. La disputa hegemónica se concreta, en este caso, en una lucha ideológica entre opinadores públicos, aunque no se interpelen directamente.

Estas consideraciones deben aterrizar en la contienda latinoamericana del último medio siglo. Tras la caída del bloque soviético y el descrédito del socialismo existente Francis Fukuyama (2015) popularizó el relato del «fin de la Historia», o sea, el triunfo final, universal y definitivo de la hegemonía occidental de la democracia liberal-capitalista –la posdemocracia. Sin embargo, las deficiencias sociales del capitalismo contemporáneo siguen motivando la movilización social contrahegemónica y el arribo al poder de gobiernos autodenominados de izquierda y antineoliberales. En las dos últimas décadas una docena de países han sido liderados por este tipo de gobiernos, que han sido caracterizados como populismos de izquierda (Oliver, 2019). Asumo esta categorización y su aplicación al lopezobradorismo (Bruhn, 2012; Amezcua, 2019; Balderas y Tapia, 2019; Oliver, 2019, p. 251; Serrano, 2019), entendiendo por populismo una estrategia político-discursiva que establece un antagonismo irreconciliable entre el pueblo, como protagonista histórico-nacional y poder soberano único, y la élite, minoría que usurpa (o ha usurpado o puede volver a usurpar) el poder político (Laclau, 2005; Mudde y Rovira, 2012). Este relato populista dimana y se organiza alrededor de un líder carismático-mesiánico que encabeza la lucha popular contra la oligarquía. Algunos líderes, como Lula en Brasil (Balsa, 2019, p. 271), moderan su retórica polarizante cuando alcanzan el poder, lo cual implica cierta dilución del fenómeno; no es el caso de AMLO, quien a dos años de asumir la presidencia sigue

explotando la dicotomía pueblo-élite.<sup>5</sup>

Dicho esto, puede esperarse que las columnas de opinión se posicionen ante el lopezobradorismo gobernante –la 4T. Planteo, asimismo, una segunda hipótesis teórica: la erosión en el apoyo a la 4T con el paso del tiempo, tanto si se trata de un periódico ideológicamente cercano como si no. Esta posibilidad se justifica en dos planos. Por un lado, pese al discurso antineoliberal y transformacional de la 4T, la hegemonía posdemocrática no se desmantela por ganar unas elecciones ni tampoco en dos de años de gobierno, porque entraña un conjunto de formas de pensamiento y acción que se han sedimentado en mentes e instituciones durante décadas y que siguen afectando el razonamiento y comportamiento de la sociedad mexicana, columnistas incluidos. Es probable que, luego de esperanzarse, las apreciaciones de estos intelectuales recaigan en patrones ideológicos de la vieja hegemonía. Por otro lado, las altas expectativas generadas por el discurso electoral lopezobradorista seguramente darán paso a cierta desilusión debido a fallas en el desarrollo de la 4T (promesas no cumplidas, incongruencias entre retórica y políticas públicas, casos de corrupción, falta de mejora social, impresión de continuismo político-económico, etc.). Los columnistas simpatizantes podrían dividirse en aquellos que priorizan el apoyo público incondicional (por el bien de la causa) y los que prefieren la autocrítica e incluso aceptan el relativo fracaso de las pretensiones utópicas del proyecto lopezobradorista.

### **Estado de la cuestión**

La investigación sobre el rol de los medios de comunicación masiva en la reciente disputa hegemónica en América Latina constata la participación mediática en el entramado del poder y su incidencia en la construcción discursiva del sentido común, particularmente en apoyo del orden neoliberal. Si bien es cierto que esta pugna frecuentemente se enmarca en la política institucional, la contienda hegemónica recorre todo el espectro social, como ilustran José Navarro-Conticello y Alejandro Benedetti (2020) en un trabajo sobre los imaginarios periodísticos de la frontera norte argentina. Las representaciones transmitidas por dos diarios se ajustan al conservadurismo y progresismo de sendas líneas editoriales, a su vez afines a los gobiernos conservador-neoliberal de Mauricio Macri y nacional-popular del kirchnerismo. Tal diferenciación ideológica ejemplifica la alianza o el conflicto, más o menos tácito según el caso, entre la prensa y el poder político. En este sentido, Philip Kitzberger (2009) argumenta que los gobiernos latinoamericanos de corte populista han tensionado su relación con los medios dominantes, a los que identifican como brazo de la hegemonía neoliberal. Bajo un discurso de democratización comunicativa pretenden regularlos, reducir su influencia y establecerse como interlocutores directos de la ciudadanía, sin mediadores. Este autor sugiere que el grado de polarización gobierno-medios depende de las trayectorias mediáticas de los líderes populistas, y se incrementa con políticas de comunicación radicales (p. ej. Argentina bajo el kirchnerismo) o cuando el sistema de partidos no es competitivo (p. ej. Venezuela con el chavismo). Otros estudios rebajan los matices y se posicionan abiertamente a favor de estos gobiernos populares y en contra de medios presumiblemente neoliberales (Saintout, 2013; Francia, 2020).

---

<sup>5</sup> P. ej. López Obrador, A. M. (27 de julio de 2020). Versión estenográfica de la conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador desde el AICM. Recuperado de <https://lopezobrador.org.mx/2020/07/27/133833/>

Además del choque en política pública, el enfrentamiento se plasma en el tratamiento periodístico del fenómeno populista, ya sea directamente, demonizando el término populismo (Poliszuk, 2016; Castrelo y Franceschetti, 2018), o a través de estrategias discursivas que critican la actuación gubernamental y remiten a la hegemonía neoliberal (de Diego, 2017). En México todavía es temprano para evaluar la relación entre la nueva administración y el periodismo, aunque ya ha habido algunos desencuentros.<sup>6</sup> De momento, los estudios sobre medios abordan la dimensión comunicativa de las elecciones de 2018, en concreto el modelo de comunicación de la coalición ganadora y la iniciativa *Verificado 2018*, una plataforma interperiodística para identificar noticias falsas durante la campaña. En relación con la disputa hegemónica, Javier Esteinou (2019) apunta la «guerra sucia» mediática que AMLO ha sufrido desde 1988 en cada elección a la que se ha presentado; como en otros países, se dibuja una lucha entre movimiento populista y élites neoliberales que instrumentalizan los medios, y recientemente Internet, para perpetuar sus intereses. En esta línea, se ha documentado el impulso mediático a la candidatura presidencial del priista Enrique Peña Nieto en 2012 (Solís y Acosta, 2015), quien luego, como presidente, ideó e implementó el Pacto por México, un paquete de reformas de corte neoliberal. En suma, la literatura pone de relieve el antagonismo entre populismo y neoliberalismo en relación con la política comunicativa gubernamental y la cobertura periodística. El diseño de los estudios ha favorecido la comparación sincrónica o diacrónica; aquí propongo ambas contrastaciones con el propósito de que esta doble comparativa permita profundizar en la comprensión de la contienda hegemónica.

## **Metodología**

### *Diseño y procedimiento*

La investigación, de corte exploratorio, indaga el tratamiento de la 4T en columnas de opinión mediante un análisis de contenido cuantitativo. A partir de la teoría sobre el populismo y una revisión de documentos oficiales de la 4T (particularmente de AMLO y Morena), construyo un modelo analítico que refleja la ideología lopezobradorista. De él derivo un segundo modelo contraideológico, que niega las premisas o ataca las debilidades populistas. Estos modelos permiten operativizar las dos hipótesis teóricas en hipótesis comprobables. A continuación, selecciono una muestra de columnas y le aplico ambos modelos (los cuales han sido afinados tras una lectura preliminar de las columnas seleccionadas), obteniendo una matriz de datos que pueden sintetizarse en una serie de tablas de contingencia. Realizo pruebas de inferencia Chi cuadrado para comprobar las hipótesis e interpreto estos resultados (McQuail, 2010, pp. 304-305) (2).

### *Modelos e hipótesis*

El modelo ideológico comprende tres dimensiones –élite, pueblo y proyecto–, que representan los tres momentos del relato populista, es decir, los antagonistas –quiénes protagonizan el conflicto– y la propuesta de transformación –qué está sucediendo y debe suceder. Las variables o indicadores de cada dimensión

---

<sup>6</sup> SemMéxico (24 de julio de 2019). AMLO vuelve a la crítica a medios como Proceso y Reforma. SemMéxico. Recuperado de <https://www.semmexico.mx/?p=10103>

señalan campos semánticos asociados a ella. Por ejemplo, la élite está asociada a fracaso (tabla 1), lo cual significa que las columnas que de alguna manera conectan estos dos conceptos están vehiculando la ideología de la 4T. Hallar esa conexión no es un acto mecánico; implica interpretar el texto, porque raramente se lee que la élite ha fracasado, sino que se infiere la asociación (o no) a partir de la relación (o ausencia de relación) que el texto sugiere entre ambas familias semánticas. La tabla 1 muestra el modelo con sus tres dimensiones y veintiuna variables. La mayoría de estos indicadores, diecinueve, adoptan valores de 0, que significa ausencia ideológica o desajuste respecto al modelo ideológico, o 1, para presencia o ajuste. Los otros dos indicadores pueden calificarse 0, 1 o 2, según se indica. Por su parte, el modelo contraideológico carece de la dimensión élite, ya que ésta se asume no problemática, y despliega diez indicadores que se oponen a sus contrapartes en el modelo ideológico, ocho con valores 0 o 1, y los otros dos con 0, 1 o 2. La tabla 2 es ilustrativa: ejemplifica, en la parte izquierda, la derivación (parcial) del modelo ideológico a partir de un (fragmento de un) texto oficial de la 4T; y, en la parte derecha, muestra la aplicación del modelo (parcial) derivado a (un fragmento de) una columna de la muestra.

**Tabla 1:** Modelos ideológico y contraideológico. \*Se omite la variable etiqueta: *C/cuarta T/transformación, 4T* por ser criterio de selección de la muestra (Fuente: elaboración propia).

Ideología populista		Contraideología
Dimensión	VARIABLES	VARIABLES
Élite	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Temporalidad mala: pasado</li> <li>2. Condición de ser élite</li> <li>3. Corrupción</li> <li>4. Fracaso</li> <li>5. Mal desempeño (resultados dañinos)</li> <li>6. Antivalores</li> <li>7. Etiqueta: <i>neoliberales / neoliberalismo</i></li> <li>8. Antagonismo al Proyecto</li> <li>9. Engaño al pueblo</li> </ol>	
Pueblo	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Antagonismo a la élite</li> <li>2. Protagonismo</li> <li>3. Apoyo al Proyecto</li> <li>4. Etiqueta: <i>pueblo</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pueblo malo</li> <li>2. Polarización social</li> </ol>
Proyecto*	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presente histórico (temporalidad buena)</li> <li>2. Actualización de pasado glorioso (temporalidad buena)</li> <li>3. Futuro idílico (temporalidad buena)</li> <li>4. Líder carismático: AMLO (1: líder; 2: líder moral)</li> <li>5. Integridad (no corrupción)</li> <li>6. Éxito</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mala lectura del pasado (temporalidad mala)</li> <li>2. Incertidumbre a futuro (temporalidad mala)</li> <li>3. Autoritarismo (líder malo)</li> <li>4. Culto a la personalidad (líder malo)</li> <li>5. Corrupción</li> <li>6. Mal desempeño (1: errores; 2: resultados dañinos)</li> </ol>

7. Buen desempeño (1: medidas; 2: resultados)	7. Continuidad del neoliberalismo (proyecto malo) (1: coexistencia; 2: promoción)
8. Valores	8. Engaño

**Tabla 2:** Ilustración de derivación y aplicación del modelo ideológico (Fuente: elaboración propia).

Texto oficial ilustrativo	Modelo derivado del texto ilustrativo	Columna Ilustrativa	Calificación respecto al modelo derivado
«MORENA es una organización plural, amplia e incluyente que convoca al pueblo de México a luchar por la vía pacífica para cambiar el régimen de injusticia, corrupción y autoritarismo que gobierna México.» <sup>7</sup>	Élite	«Participemos todos y todas, desde cada rincón de la República y en cada espacio de nuestras vidas para hacer realidad este gran anhelo del pueblo mexicano. Tantos años de lucha han valido la pena. México y todos los mexicanos merecemos un futuro mejor.» <sup>8</sup>	
	Corrupción		0
	Antivalores		0
	Condición de élite		0
	Pueblo		
	Antagonismo a la élite		1
	Apoyo al proyecto		1
	Etiqueta: <i>pueblo</i>		1
	Proyecto		
	Presente histórico		1
Valores	0		

A partir de estos modelos las dos hipótesis teóricas se operativizan en cuatro hipótesis comparativas direccionales.

A. Hipótesis de congruencia ideológica entre línea editorial y columnas:

- H(A.1): El ajuste ideológico, en cierto periodo, de columnas en medios afines a la 4T es mayor que el de columnas en medios afines a la posdemocracia.
- H(A.2): El ajuste contraideológico, en cierto periodo, de columnas en medios afines a la posdemocracia es mayor que el de columnas en medios afines a la 4T.

B. Hipótesis de erosión temporal del apoyo ideológico:

- H(B.1): El ajuste ideológico de columnas en cierto medio es menor en 2019 que en 2018.
- H(B.2): El ajuste contraideológico de columnas en cierto medio es mayor en 2019 que en 2018.

<sup>7</sup> Morena (2019). *Documentos básicos*. Nezahualcoyotl: J&M Adhesive Labels Mexico.

<sup>8</sup> Ackerman, J. M. (3 de diciembre de 2018). Arranca la cuarta transformación. *La Jornada*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/2018/12/03/opinion/014a1pol>



## Selección de la muestra

La población de textos a estudiar comprende columnas de opinión en periódicos mexicanos desde la victoria electoral de AMLO (cuando se confirma el advenimiento de la 4T) hasta el presente. De este universo selecciono una muestra intencional, siguiendo los siguientes criterios.

- a) Tipo de columna: firmada, no anónima, en la que el autor/a menciona al menos una vez *4T*, *Cuarta Transformación* o *cuarta transformación*.
- b) Tipo de periódico: de alcance nacional, con tiraje diario de alrededor de cien mil ejemplares.
- c) Fechas (para la comparación diacrónica): dos periodos altamente significativos para la 4T, que interpelan a los columnistas. El primer periodo transcurre de una semana antes a una semana después de la fecha de toma de protesta presidencial, 1 de julio de 2018; el segundo, un año después, es decir, de una semana antes a una después de la fecha del primer aniversario del mandato lopezobradorista.
- d) Número de periódicos (comparación sincrónica): dos, *La Jornada* y *Milenio*, con línea editorial ideológicamente diferenciada.

Fundado en 1984 por un grupo de periodistas, *La Jornada* tiene una línea editorial de (centro-)izquierda. Ha mantenido una postura crítica frente a los gobiernos federales de (centro-)derecha de los partidos PRI (hasta 2000 y 2012-2018) y PAN (2000-2012) (Durán, 2009). Es propiedad de la Cooperativa La Jornada, que está dirigida por el Sindicato de Trabajadores del periódico. Su ideología izquierdista se ha evidenciado en el apoyo al Ejército Zapatista de Liberación Nacional, el tratamiento de la controvertida elección de 2006 que AMLO pierde ante Felipe Calderón (Valles, 2016), la desfavorable representación de Peña Nieto en la campaña presidencial de 2012 (Gutiérrez y Cuevas, 2012), o la cobertura de políticas y programas de salud sexual y reproductiva (Peimbert, 2007). Por otro lado, el periódico *Milenio* nació en 2000 a iniciativa del Grupo Multimedios Estrella de Oro, un conglomerado empresarial hoy llamado Grupo Multimedios. Forma parte de una extensa cartera de canales mediáticos, que incluye televisión abierta y de paga, y estaciones radiofónicas. El Grupo pertenece a la familia González de Monterrey.<sup>9</sup> *Milenio* tiene una línea editorial de (centro-)derecha. Inicialmente pretendió ser progresista, pero pronto se identificó con los gobiernos panistas y el orden neoliberal (Juárez, 2008). Atendiendo al financiamiento público en concepto de publicidad oficial, la 4T claramente ha favorecido a *La Jornada* por delante de *Milenio*. En 2014 ambos medios recibieron montos similares (59 millones de pesos *La Jornada* y 48 *Milenio*), pero en 2019 (el primer año de la 4T) el periódico izquierdista casi cuadruplicó al conservador (252 vs. 67).<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Media Ownership Monitor Mexico (2020). *Milenio Diario*. Recuperado de <https://mexico.mom-rsf.org/es/medios/detalles/outlet/milenio-diario/>

<sup>10</sup> Artículo 19 (26 de agosto de 2015). Libertad de expresión en venta: Informe sobre el gasto en publicidad oficial. *Artículo 19*. Recuperado de <https://articulo19.org/libertad-de-expresion-en-venta-informe-sobre-el-gasto-en-publicidad-oficial/>. Artículo 19 (2 de julio de 2020). Primer año de gobierno de AMLO: el gasto en publicidad oficial a la baja, pero persisten las malas prácticas. Artículo 19. Recuperado de <https://articulo19.org/primer-ano-de-gobierno-de-amlo-el-gasto-en-publicidad-oficial-a-la-baja-pero-persisten-las-malas-practicas/>

## Fuentes e instrumentos de recolección y análisis

Selecciono las columnas de las hemerotecas (de acceso abierto) de ambos medios, obteniendo 67 textos (tabla 3). Este proceso resulta en una autoría muestral marcadamente masculina (tabla 4), que comentaré en la discusión de los resultados.

**Tabla 3:** Distribución de la muestra: número de columnas por periódico y periodo (Fuente: elaboración propia).

Diario	24 nov. a 8 dic. 2018	24 nov. a 8 dic. 2019	Total
La Jornada	10	24	34
Milenio	14	19	33
			67

**Tabla 4:** Sexo de autoría por periódico (Fuente: elaboración propia).

	<i>La Jornada</i>	<i>Milenio</i>
Hombres (columnas)	24 (34)	26 (30)
Mujeres (columnas)	0 (0)	2 (3)

Realizo una codificación de las columnas aplicándoles ambos modelos. Dos semanas después vuelvo a codificarlos, esto con motivo de incrementar la confiabilidad de codificación (3). Para realizar las pruebas Chi cuadrado recurro al portal web de cálculo estadístico *VassarStats*.

## Resultados

Las hipótesis de congruencia ideológica entre líneas editoriales de *La Jornada* y *Milenio* y sus respectivas columnas, H(A.1) y H(A.2), se verifican según la prueba Chi cuadrado para los modelos completos (tabla 6). Por ejemplo, la tabla de contingencia derivada de la aplicación del modelo ideológico a ambos periódicos en 2018 (tabla 5) supone un valor del coeficiente Pearson de 31,94 y un valor p de menos de ,0001 (tabla 6), lo cual es estadísticamente muy significativo; por tanto, se puede concluir que se verifica H(A.1).

**Tabla 5:** Número de ajustes y no-ajustes al modelo ideológico aplicado a ambos periódicos en 2018  
(Fuente: elaboración propia).

2018	<i>La Jornada</i>	<i>Milenio</i>	Total
Ajuste	94	61	155
No-ajuste	136	261	397
Total	230	322	552

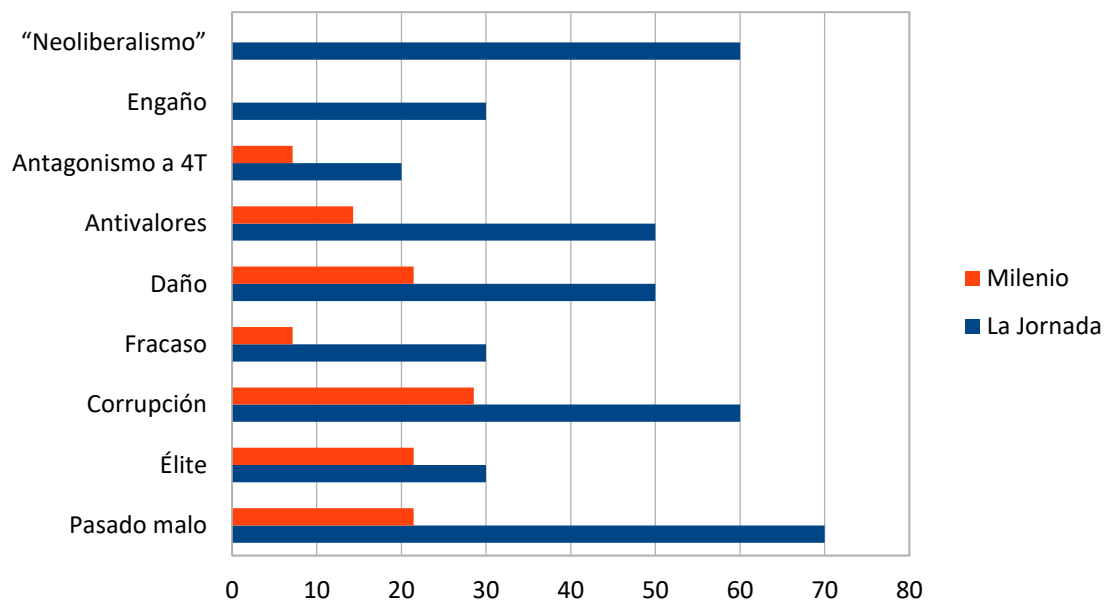
La tabla 6 muestra los resultados de la prueba Chi cuadrado hecha a las tablas de contingencia derivadas de aplicar los modelos ideológico y contraideológico a estos medios en 2018 y 2019. Todas las pruebas para los modelos completos son significativas. El modelo ideológico también se ha probado en cada dimensión: las dimensiones élite y proyecto son significativas en ambos años, mientras que la dimensión pueblo sólo lo es –y apenas– en 2019 (4). Esta no significación del eje pueblo corresponde a registros similares en ambos medios de los indicadores *pueblo* y apoyo a la 4T (tabla 1) en aproximadamente la mitad de columnas de 2018; así, en su inauguración los columnistas coinciden en que la 4T es un fenómeno político socialmente incluyente, producto de la democracia electoral.

**Tabla 6:** Resultados de la prueba Chi cuadrado para los modelos ideológico y contraideológico en 2018 y 2019, comparando *La Jornada* y *Milenio*. El asterisco (\*) en valores  $p < ,05$  indica una diferencia entre medios estadísticamente significativa (Fuente: elaboración propia).

Modelo ideológico 2018	Valor del coeficiente Pearson	Valor p
• Élite	25,89	< ,0001*
• Pueblo	3,12	,0773
• Proyecto	7,16	,0075*
• Completo (élite + pueblo + proyecto)	31,94	< ,0001*
Modelo contraideológico 2018	Valor del coeficiente Pearson	Valor p
• Completo	12,82	,0003*
Modelo ideológico 2019	Valor del coeficiente Pearson	Valor p
• Élite	28,23	< ,0001*
• Pueblo	3,9	,0483*
• Proyecto	4,6	,0320*
• Completo	31,48	< ,0001*
Modelo contraideológico 2019	Valor del coeficiente Pearson	Valor p
• Completo	27,53	< ,0001*

La figura 1 permite examinar en mayor detalle la diferenciación ideológica entre medios en 2018, en concreto para la dimensión élite (5). Destaca la mayor presencia de ajustes ideológicos en *La Jornada*; a excepción de la variable élite, los indicadores de este medio por lo menos duplican a *Milenio* en porcentaje de presencia. Dos variables no obtienen registro en *Milenio*: engaño y neoliberalismo. En cuanto al segundo indicador, significa que ninguna columna (de 14) en este periódico emplea esta etiqueta ni tampoco neoliberal(es), en comparación con un 60% en *La Jornada* (6 de 10). Dada la centralidad del término para la 4T y sus connotaciones sociales negativas, tanto su reiterado empleo como su reiterada omisión sugieren distintos registros ideológicos en el columnismo de estos medios. Dicho esto, cabe notar que esta palabra carece de contraparte en la dimensión proyecto; en el discurso de la 4T constituye una etiqueta política de desprestigio social y no remite a ningún término opuesto que denomine el nuevo modelo (socio)económico postneoliberal. Pese a una retórica antineoliberal, el esquema neoliberal sigue operando bajo la 4T, como admiten los columnistas de *La Jornada*: la variable continuidad del neoliberalismo en el modelo contraideológico se afirma en cuatro de las diez columnas en 2018. Con todo, *La Jornada* enfatiza la malignidad de la dimensión élite, mientras que *Milenio* suaviza la crítica, reconociendo cierta corrupción; ahora bien, el discurso anticorrupción forma parte de la posdemocracia y frecuentemente sirve para legitimar adecuaciones a la hegemonía (Orlando, 2004).

**Figura 1:** Porcentajes de ajuste al modelo ideológico de las variables en la dimensión élite, 2018 (Fuente: elaboración propia).



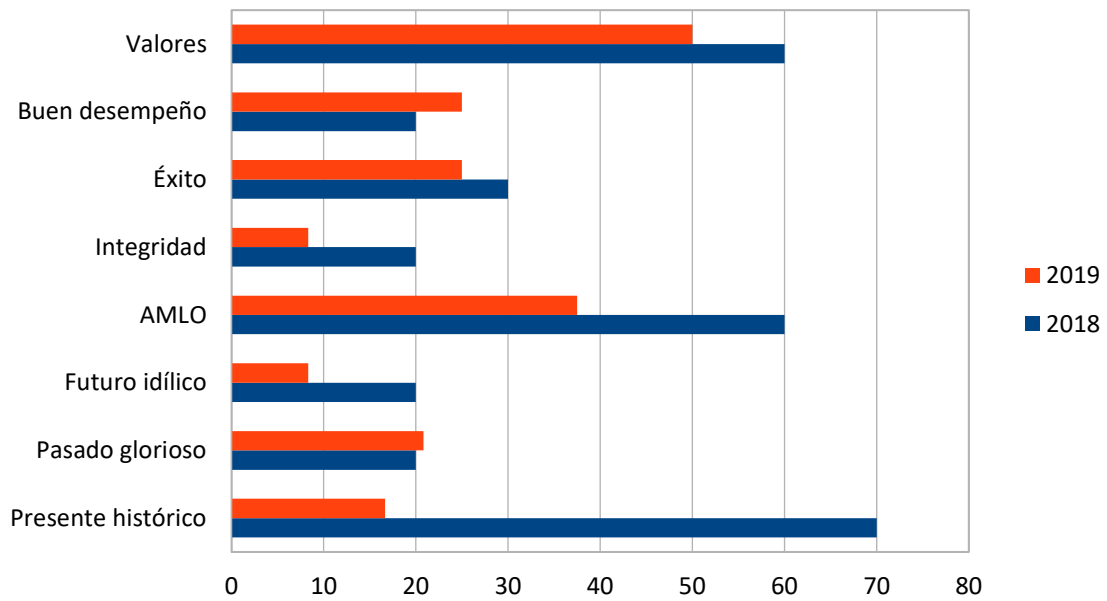
Las hipótesis de erosión temporal del apoyo a la 4T, H(B.1) y H(B.2), (no) se verifican parcialmente. La prueba Chi cuadrado del modelo ideológico completo es significativa para *La Jornada*, pero no para *Milenio* (tabla 7). El primer medio registra niveles significativos en dos de las tres dimensiones, mientras que el segundo sólo en una –y apenas (6). Por tanto, H(B.1) se verifica parcialmente, según el periódico. En cambio, H(B.2) no se verifica: ningún modelo contraideológico resulta significativo.

**Tabla 7:** Resultados de la prueba Chi cuadrado para los modelos ideológico y contraideológico para *La Jornada* y *Milenio*, comparando 2018 y 2019 (Fuente: elaboración propia).

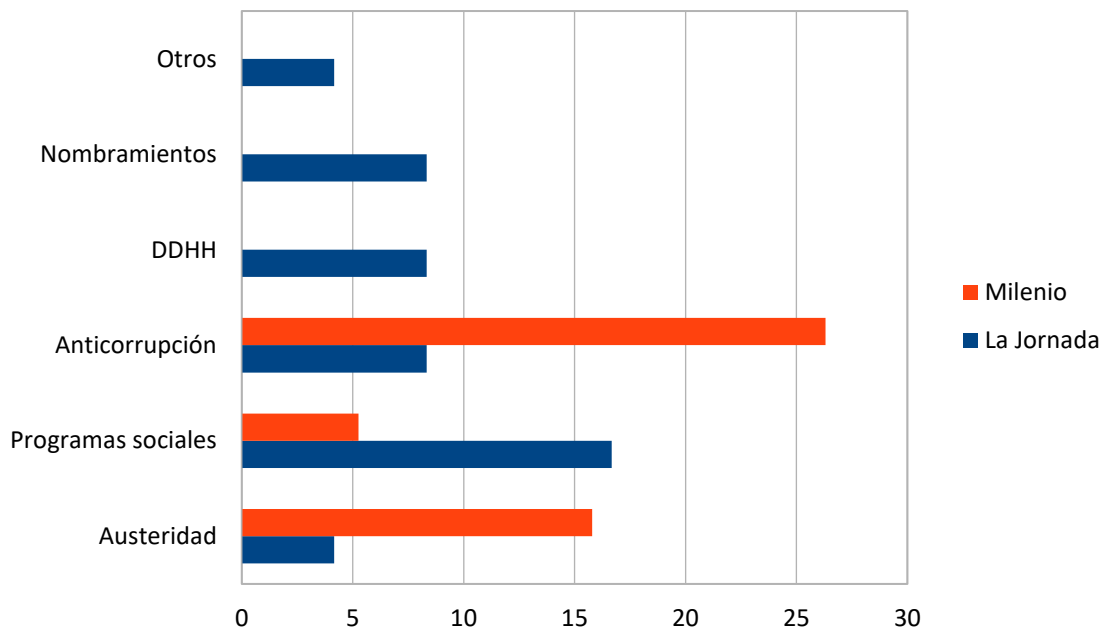
Modelo ideológico <i>La Jornada</i>	Valor del coeficiente Pearson	Valor p
• Élite	2,31	,1285
• Pueblo	4,68	,0305*
• Proyecto	5,42	,0199*
• Completo	11,15	,0008*
Modelo contraideológico <i>La Jornada</i>	Valor del coeficiente Pearson	Valor p
• Completo	,72	,3961
Modelo ideológico <i>Milenio</i>	Valor del coeficiente Pearson	Valor p
• Élite	,21	,6468
• Pueblo	3,88	,0489*
• Proyecto	1,47	,2253
• Completo	3,76	,0525
Modelo contraideológico <i>Milenio</i>	Valor del coeficiente Pearson	Valor p
• Completo	,92	,3375

La figura 2 muestra el cambio de 2018 a 2019 en las variables de la dimensión proyecto en *La Jornada*. La mitad de los indicadores no cambian apreciablemente, pero la otra mitad sí, y por ello la prueba estadística resulta significativa. La perspectiva épica desplegada por los columnistas con motivo de la inauguración de la 4T en 2018 da paso un año después a posicionamientos más realistas; sus percepciones sobre la integridad, temporalidad y liderazgo del nuevo régimen se han erosionado. En lugar de especular sobre el significado histórico de la alternancia política, priorizan –como sus colegas en *Milenio*– valorar el desarrollo de las políticas públicas durante el primer año del gobierno lopezobradorista (figuras 3 y 4).

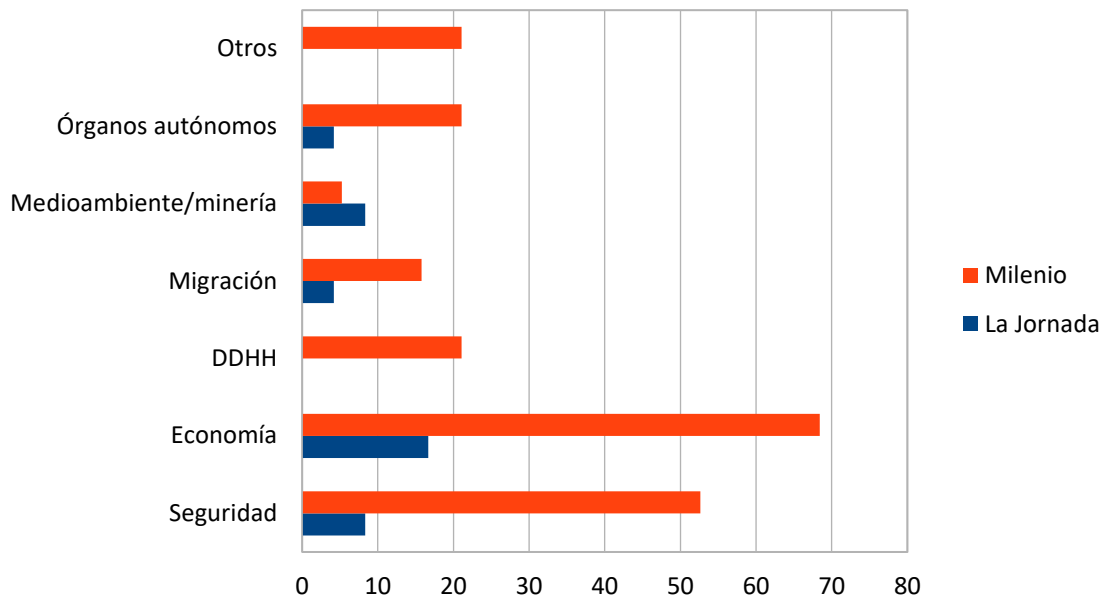
**Figura 2:** Porcentajes de ajuste al modelo ideológico de las variables en la dimensión proyecto, *La Jornada* (Fuente: elaboración propia).



**Figura 3:** Porcentajes de valoraciones positivas de políticas públicas de la 4T, 2019 (Fuente: elaboración propia).

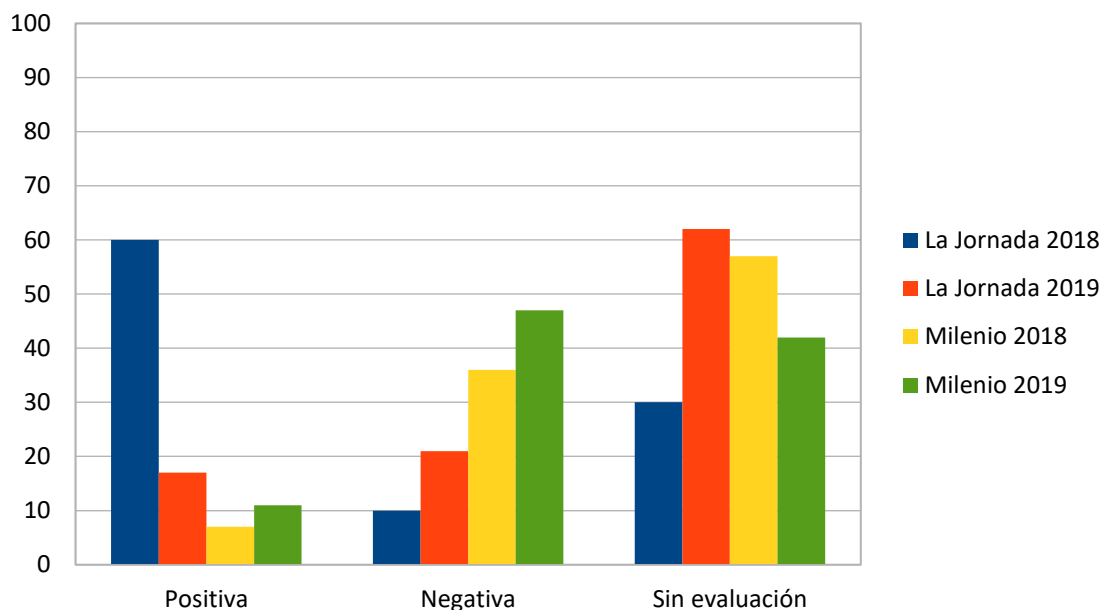


**Figura 4:** Porcentajes de valoraciones negativas de políticas públicas de la 4T, 2019 (Fuente: elaboración propia).



Regresando a la diferenciación ideológica entre medios, las valoraciones de los periódicos son marcadamente distintas. Las columnas en *Milenio* elogian la anticorrupción y austeridad del nuevo gobierno, y sobre todo critican las políticas y resultados en materia económica y de seguridad pública. Este posicionamiento se alinea con la hegemonía posdemocrática. En contraste, *La Jornada* diversifica sus alabanzas; en particular, destaca los programas sociales, en línea con el imaginario izquierdista de la 4T. Por otro lado, suaviza la crítica al desempeño económico y de seguridad, y, a diferencia de *Milenio*, apenas critica otros rubros. De otra parte, los promedios de las valoraciones positivas y negativas por medio revelan que *Milenio* es mucho más crítico, con 29% en negatividad y 8% en positividad, en comparación con 6% y 8% de *La Jornada*. En otras palabras, a diferencia de *Milenio*, que prioriza una caracterización negativa del desempeño de la 4T, las columnas en *La Jornada* presentan una apreciación equilibrada (7). Este patrón también se evidencia en las valoraciones de la 4T que se desprenden de los títulos de las columnas (figura 5). En 2018 los títulos de *La Jornada* son claramente favorables (60% positivos vs. 10% negativos), pero en 2019 la valoración se nivela (17% vs. 21%); en cambio, *Milenio* mantiene su negatividad de 2018 (7% vs. 36%) a 2019 (11% vs. 47%). Expresándolo en términos de la erosión temporal del apoyo a la 4T: esta hipótesis se verifica para *La Jornada* pero no para *Milenio* porque el segundo medio mantiene su negatividad.

**Figura 5:** Porcentajes de títulos de columnas que expresan evaluaciones positiva, negativa o neutra  
(Fuente: elaboración propia).



Por último, cabe destacar que en las valoraciones sobre el desempeño de la 4T no se mencionan cambios estructurales en lo político o económico, ni tampoco se reflexiona sobre la posibilidad de que la 4T los albergue (8).

### Discusión y conclusiones

Los resultados muestran apoyo a la hegemonía de la posdemocracia en dos niveles, en las hipótesis aquí formuladas y en formas de pensamiento propiamente hegemónicas. En relación con las hipótesis, se verifica, en primer lugar, un alineamiento de las columnas de *Milenio* y *La Jornada* con las líneas editoriales de (centro-)derecha y (centro-)izquierda de estos periódicos, respectivamente; es decir, el columnismo del primer medio tiende a formular una representación negativa de la 4T, mientras que el del segundo propicia una representación positiva. Este hallazgo concuerda con investigaciones que comparan medios ideológicamente diferenciados (Ingrassia, 2016; Navarro-Conticello y Benedetti, 2020) y encaja con la trayectoria mediáticamente polarizada de AMLO (Steinou, 2019). Pero, además, se verifica una erosión temporal del apoyo ideológico a la 4T en *La Jornada*, lo cual sugiere un acercamiento a la posición de *Milenio*, periódico que mantiene un tono crítico de un año al otro. Ahora bien, la militancia de varios autores de *La Jornada* en las filas lopezobradoristas parece determinar un respaldo continuado a la 4T (9). Queda por ver cómo evoluciona esta erosión en los próximos años; una hipótesis tentativa sería que la lealtad columnista a la línea editorial impedirá una convergencia de posicionamientos entre medios, entendiendo que entre izquierda y derecha existe cierta irreductibilidad (Bobbio, 1996).

En un segundo nivel de apoyo hegemónico aparecen cuatro formas de pensamiento conforme a la posdemocracia. La escasa o nula reflexión en las columnas sobre estos patrones indica su naturalización



como sentido común. De entrada, se acepta que la 4T, como otros populismos latinoamericanos, se someta al capitalismo financiero (Betto, 2014). En *La Jornada*, reproduciendo el discurso lopezobradorista, se arremete contra *neoliberalismo* o *neoliberales* sólo como estrategia política de distanciamiento respecto al pasado y, concretamente, al previo mal gobierno de la élite. No se aborda el significado del supuesto postneoliberalismo de la 4T; al contrario, en varias ocasiones se admite la continuidad del orden neoliberal. De este modo, las columnas proyectan una 4T que combate la corrupción, evitando el robo al erario, y que redistribuye estos ahorros y otros recursos públicos a las clases subalternas mediante programas sociales. Redistribución aparte, el pensamiento operante es que la economía sigue funcionando igual que antes de la 4T. Un segundo patrón hegemónico supone la aceptación de la centralidad de urnas y partidos en el proceso político. En 2018, cinco meses después de la elección, los columnistas de ambos medios enfatizan el apoyo electoral al nuevo presidente. Entre las valoraciones sobre el desempeño gubernamental un año después no figura vínculo alguno entre la 4T y cambios al sistema político en relación con la participación ciudadana; más bien, algunos autores de *La Jornada* lamentan las divisiones internas de Morena, afirmando así la lógica partidista. Tercero, la autoría de esta muestra de columnas evidencia el sexismo en el columnismo de ambos periódicos (tabla 4), algo que desgraciadamente no constituye un hallazgo aislado (Larrosa-Fuentes, 2013, pp. 4-5) y que refleja el arraigo de la jerarquía de género en la sociedad mexicana. Se trata de una práctica de producción mediática –la selección de columnistas– que repercute plenamente en la construcción de la opinión periodística. Advertidamente o no, se favorece el liderazgo intelectual-cultural de los hombres, anulando la visión femenina y con ello perpetuando formas de pensamiento hegemónicas, por ejemplo la idea de que el trabajo intelectual es propiamente masculino. Finalmente, el criterio de evaluación por desempeño refleja un prejuicio racionalista moderno, que es antagónico a fundamentaciones de corte religioso. El discurso mediático se adecúa a normas del discurso público en una sociedad laica como la mexicana, que desdeña la argumentación por la fe (10). La hegemonía posdemocrática, aunque se apoye en creencias político-económicas seudomágicas, depende de resultados relativamente objetivos, que si bien tienden a favorecer a minorías también persuaden a las masas. Es en este sentido pragmático que la 4T se procesa en las columnas: como cualquier fenómeno social, debe ser evaluado según su rendimiento; o sea, su desempeño determinará su verdad (cf. del Tronco, 2012). En suma, la presencia inadvertida o implícita de estas formas de pensamiento en las columnas contribuye al reforzamiento hegemónico, incluso cuando se carga contra el neoliberalismo o se idealiza a la 4T. Estos puntos ciegos, que complejizan el análisis de la disputa hegemónica, también pueden hallarse en otras instituciones (Compte, 2019).

En conclusión, esta investigación verifica la validez de la tesis althusseriana-gramsciana de los medios como aparatos ideológicos que fomentan la hegemonía. El análisis ha llevado a distinguir, como hace Gramsci, entre ideología propiamente dicha y sentido común. En ambos casos he señalado la asimetría en la disputa hegemónica mediática (erosión temporal en *La Jornada*, patrones de pensamiento comunes a los periódicos), incluso con la contrahegemonía en el poder. En consecuencia, estas columnas proyectan la 4T como alternancia política, no transformación ni cambio de régimen; construyen un gobierno que, como otros, acentúa a su manera propaganda y políticas públicas. La 4T sería, ante todo, un discurso político con fines pedagógicos o electoralistas, según se vea, que finalmente responde al orden posdemocrático. Esto recuerda al discurso del cambio de Vicente Fox, presidente panista que con otro estilo y por otros motivos conjuró en 2000 un imaginario transformacional. Fox decepcionó, pero en la figura de AMLO ha surgido otro presunto salvador de México. Desde hace décadas la historia de la democracia de partidos en distintos países

occidentales registra el mismo ciclo político: oscilaciones entre ideologías y contraideologías, entre salvadores y villanos, pero sin que se quebranten los parámetros básicos del funcionamiento político-económico. Como afirma Fukuyama, la historia ideológica –en sentido paradigmático– ha llegado a su fin, al menos de momento. Porque hasta ahora (aunque no necesariamente a futuro) el populismo de izquierda latinoamericano ha fracasado en efectuar el cambio hegemónico (Betto, 2014; Oliver, 2019), tesis a la que abona el presente estudio.

Ahora bien, la investigación está condicionada por ciertas limitaciones. La construcción y aplicación de modelos analíticos se basa en una serie de supuestos y restricciones, mencionados en la sección metodológica. La muestra de columnas es reducida; se podría incrementar el alcance temporal y de medios. Y el estudio se centra en la construcción del mensaje; para obtener una comprensión integral del proceso comunicativo es preciso abordar de la producción a la recepción mediática (Thompson, 1991, p. 64). Por otro lado, futuras indagaciones podrían conceptualizar el columnismo como centro de pensamiento (*think tank*), es decir, una red de intelectuales que configura un aparato ideológico (cf. García, 2016). También hace falta mayor atención al estudio de medios afines a propuestas contrahegemónicas. A nivel metodológico, incumbe diversificar las fuentes, por ejemplo entrevistando a columnistas, y realizar investigaciones longitudinales que permitan analizar posibles variaciones en el apoyo mediático a contrahegemonías.

## Notas

(1) Los tres mitos fundacionales de la mexicanidad son la Independencia respecto a España (1810-1821), la Reforma liberal (1857-1861) en oposición al conservadurismo, y la Revolución mexicana (1910-1917) contra el régimen autoritario de Porfirio Díaz. Después de estas tres, la 4T se estila cuarta transformación.

(2) McQuail documenta los supuestos y las limitaciones de este abordaje, análogo a la encuesta. Supuestos: correspondencia entre modelo y datos, y relevancia empírica del modelo. Además, se asume que cada variable tiene el mismo peso y que los errores de codificación no generan un sesgo sustantivo. Limitaciones: posible distorsión de la realidad empírica por parte del modelo, y confiabilidad de la codificación de los datos al modelo.

(3) Una mejora sería el cotejo de codificaciones entre distintos codificadores.

(4) Aparte del coeficiente de Pearson, para probar tablas de contingencia también se usa el coeficiente de Yates, que es más estricto. En este caso, los coeficientes de Yates dan valores p cuya significación coincide con los de Pearson, a excepción de la dimensión pueblo del modelo ideológico 2019, que resulta significativa para Pearson pero no para Yates. Siendo estrictos, H(A.1) no se verifica en esta dimensión en ningún año.

(5) Para efectos comparativos los datos se han normalizado dividiendo el número de ajustes ideológicos por el número de columnas analizadas y multiplicando por cien para obtener porcentajes.

(6) Los valores p de los coeficientes de Yates son significativos en una de las tres dimensiones del modelo ideológico para *La Jornada* y en ninguna de las dimensiones del modelo para *Milenio*.

(7) Aunque el cambio en el ajuste al modelo contraideológico para *La Jornada* de 2018 a 2019 no es estadísticamente significativo (tabla 7), en las variables del modelo se registran variaciones que favorecen una interpretación crítica de la 4T. En particular, el indicador incertidumbre/riesgo varía de 0% en 2018 a 21% en 2019, es decir, en el primer aniversario de la 4T una de cada cinco columnas la vincula a

incertidumbre/riesgo.

(8) Juan Miguel Alcántara en *Milenio* es la excepción. Argumenta que AMLO forma parte de un complot populista internacional para evolucionar la democracia liberal hacia el comunismo.<sup>11</sup>

(9) P. ej. John Ackerman es esposo de la Secretaria de la Función Pública; Pedro Miguel es Consejero Nacional de Morena; Bernardo Bátiz es Consejero de la Judicatura Federal, nombrado por AMLO en diciembre 2019; Luis Linares Zapata, cofundador de La Jornada, es Comisionado de la Comisión Reguladora de Energía, nombrado por AMLO en abril 2019. Las columnas de estos autores militantes presentan el mayor ajuste al modelo ideológico.

(10) Este desprecio público no implica que la fe no influya, incluso fundamente, el pensamiento y comportamiento social. En particular, un líder populista despierta una devoción cuasirreligiosa en muchos de sus seguidores, lo cual facilita justificar su actuación con relativa independencia del desempeño.

## Bibliografía

- Althusser, L. (1974). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado* (2a ed.). Medellín: La Oveja Negra.
- Amezcuza Yépiz, M. (2019). Construcción del líder populista: dos episodios mexicanos paradigmáticos, Lázaro Cárdenas y Andrés Manuel López Obrador. *deSignis*, 31, 157-169. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i31p157-169>
- Balderas Zavala, R. G., y Tapia Ornelas, M. (2019). Algunos de los rasgos populistas de AMLO. *El Cotidiano*, 213, 28-36. Recuperado de <http://www.elcotidianoenlinea.com.mx/>
- Balsa, J. (2019). Sobre las dos lógicas de la hegemonía y su aporte para pensar las potencialidades y los límites de las experiencias populistas. En *Gramsci. La teoría de la hegemonía y las transformaciones políticas recientes en América Latina. Actas del Simposio Internacional Asunción, 27-28 de agosto de 2019* (pp. 254-280). Asunción: Centro de Estudios Germinal. Recuperado de <http://germinal.pyglobal.com/biblioteca.php>
- Berger, P. L., y Luckmann, T. (2012). *La construcción social de la realidad* (Trad. Silvia Zuleta). Buenos Aires: Amorrortu.
- Betto, F. (2014). Impasses de los gobiernos progresistas. *América Latina en movimiento*, 500, 26-29. Recuperado de <https://www.alainet.org/es/revistas/500>
- Bobbio, N. (1996). *Derecha e izquierda. Razones y significados de una distinción política*. Madrid: Santillana.
- Bruhn, K. (2012). «To hell with your corrupt institutions!»: AMLO and populism in Mexico. En C. Mudde y C. Rovira Kaltwasser (Eds.), *Populism in Europe and the Americas. Threat or Corrective for Democracy?* (pp. 88-112). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139152365>
- Castrelo, V., y Franceschetti, M. S. (2018). Apuntes sobre lo patológico. *La Nación* y su caracterización del kirchnerismo durante las elecciones presidenciales de 2015. *Anuario de la Facultad de Ciencias Humanas*, 15(15), 63-76. <http://dx.doi.org/10.19137/an1505>

<sup>11</sup> Alcántara Soria, J. M. (27 de noviembre de 2019). ¿El partido comunista en las raíces de la 4T? *Milenio*. Recuperado de <https://www.milenio.com/opinion/juan-miguel-alcantara-soria/instinto-de-conservacion/el-partido-comunista-en-las-raices-de-la-4t>

- Compte Nunes, G. (2019). Continuidades y discontinuidades de la hegemonía en la utopía política: el caso del Congreso Nacional Ciudadano y su utopía pospartidista. *Sociológica*, 34(96), 319-361. Recuperado de <http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/1486>
- Crouch, C. (2004). *Posdemocracia*. México DF: Santillana.
- De Diego, J. (2017). La prensa de confrontación en la Argentina del primer kirchnerismo (2003-2007). Gramáticas coyunturales y gramáticas político-ideológicas. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(231), 305-334. Recuperado de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmcyps/article/view/56063>
- Del Tronco, J. (2012). Las causas de la desconfianza política en México. *Perfiles Latinoamericanos*, 40, 227-251. Recuperado de <https://perfilesla.flacso.edu.mx/index.php/perfilesla/article/view/111>
- Durán Gracia, M. A. (2009). *La ideología en los medios: una propuesta para un mapa conceptual de la prensa en México* (Tesis de maestría). Recuperado de <https://repositorio.tec.mx/handle/11285/572959>
- Espeche, E. (2011). Periodismo y hegemonía. Una mirada acerca de las prácticas comunicativas contemporáneas desde el pensamiento gramsciano. *Confluencia*, 5(12), 37-58. Recuperado de <https://bdigital.uncu.edu.ar/5456>
- Esteinou Madrid, J. (2019). Las elecciones de 2018 y el triunfo de AMLO/Morena. *Argumentos*, 89, 13-28. Recuperado de <https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/1052>
- Francia, J. L. (2020). Medios de comunicación y neoliberalismo en Argentina. *Disjuntiva*, 1(1), 40-47. <https://doi.org/10.14198/DISJUNTIVA2020.1.1.3>
- Fukuyama, F. (2015). *¿El fin de la Historia? y otros ensayos*. Madrid: Alianza.
- García Posada, J. J. (2016). El periodista generador de ideas en un centro de pensamiento. *Comunicación*, 35, 103-111. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5802731>
- Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel. Tomo 2*. México DF: Era.
- Gutiérrez Vidrio, S., y Cuevas Y. (2012). Representaciones sociales de Enrique Peña Nieto, candidato a la presidencia de México 2012-2018, en la prensa escrita. *Cultura y representaciones sociales*, 7(13), 63-95. Recuperado de <http://www.culturayrs.unam.mx/index.php/CRS/article/view/410>
- Hall, Stuart (2010). *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Popayán: Enviñón.
- Ingrassia, P. (2016). 8N y 18F en Clarín y Página 12. Estudio sobre la construcción informativa de dos marchas de alcance nacional. *Question/Cuestión*, 1(51), 406-424. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3402>
- Juárez, D. (2008). Relámpago en reposo. *Razón y Palabra*, 13(2). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/n62/afiche/afiche13.html>
- Kelsey, D. (2015). *Media, Myth and Terrorism. A Discourse-Mythological Analysis of the 'Blitz Spirit' in British Newspaper Responses to the July 7th Bombings*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Kitzberger, P. (2009). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina. *POSTData*, 14, 157-181. Recuperado de <http://www.revistapostdata.com.ar/2012/01/las-relaciones-gobierno-prensa-y-el-giro-politico-en-america-latina-philip-kitzberger/>
- Laclau, E. (2005). *La razón populista* (Trad. Soledad Laclau). Buenos Aires: FCE.
- Larrosa-Fuentes, J. (Coord.) (2013). *Análisis de contenido de artículos de opinión en la prensa de*

- Guadalajara* (Reporte de investigación). Universidad ITESO, Guadalajara, México. Recuperado de <https://qmedios.iteso.mx/columnas-de-opinion-y-analisis-en-la-prensa-tapatia/>
- López Obrador, A. M. (2019). *Hacia una economía moral*. Ciudad de México: Planeta.
- López Pan, F. (1995). La columna como género periodístico. En *70 columnistas de la prensa española* (pp. 11-32). Pamplona: EUNSA. Recuperado de <https://hdl.handle.net/10171/35372>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6a ed.). Londres: Sage.
- Mudde, C., y Rovira Kaltwasser, C. (2012). Populism and (liberal) democracy: a framework for analysis. En C. Mudde y C. Rovira Kaltwasser (Eds.), *Populism in Europe and the Americas. Threat or Corrective for Democracy?* (pp. 1-26). Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139152365>
- Navarro-Conticello, J., y Benedetti, A. (2020). Imaginarios sobre la frontera norte en el discurso de la prensa nacional argentina. *Cuadernos.Info*, 46, 129-152. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1766>
- Oliver, L. (2019). La teoría histórico crítica de la hegemonía ante las experiencias de progresismo populista en América Latina. En *Gramsci. La teoría de la hegemonía y las transformaciones políticas recientes en América Latina. Actas del Simposio Internacional Asunción, 27-28 de agosto de 2019* (pp. 227-253). Asunción: Centro de Estudios Germinal. Recuperado de <http://germinal.pyglocal.com/biblioteca.php>
- Orlando Alfaro, S. (2004). Corrupción y desarrollo: deconstruyendo el discurso del Banco Mundial. *Realidad*, 102, 657-682. <https://doi.org/10.5377/realidad.v0i102.4017>
- Peimbert Reyes, A. (2007). La agenda periodística sobre políticas y programas de salud sexual y reproductiva. En L. Álvarez Pousa, A. B. Puñal Rama y J. Evans Pim (Coords.), *Comunicación e xénero: actas do Foro Internacional celebrado en Liña e en Pontevedra entre o 9 de outubro e o 25 de novembro de 2006* (pp. 277-282). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2408818>
- Poliszuk, F. (2016). El populismo en la prensa latinoamericana: las notas de opinión de Oppenheimer. *RevCom*, 3, 197-210.
- Saintout, F. (2013). Medios y gobiernos populares en América Latina. Apuntes para una discusión. *Revista Argentina de Sociología*, 9-10(17-18), 139-154. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26938133008>
- Serrano Rodríguez, A. C. (2019). Discursos paralelos, pero en sentido opuesto. Análisis de los populismos de Jair Bolsonaro y Andrés Manuel López Obrador. *Estudios Políticos*, 56, 149-173. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n56a07>
- Solis Delgado, J. J.; y Acosta, M. (2015). Peña Nieto y Televisa: ¿la construcción de un presidente? *Iberóforum*, 10(19), 1-28. Recuperado de <https://ibero.mx/iberoforum/19/index.html>
- Thompson, J. B. (1991). La comunicación masiva y la cultura moderna: Contribución a una teoría crítica de la ideología. *Versión*, 1, 43-74.
- Valles Ruiz, R. M. (2016). Elecciones presidenciales 2006 en México. La perspectiva de la prensa escrita. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 20, 31-51. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rmop.2015.12.003>
- Van Dijk, T. A. (1995). The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity? *Javnost - The Public*, 2(2), 27-45. <https://doi.org/10.1080/13183222.1995.11008592>
- Woolcock, J. (1985). Politics, Ideology and Hegemony in Gramsci's Theory. *Social and Economic Studies*, 34(3), 199-210.