

# Mediatización, desintermediación y usurpación

## Las estrategias de monopolización de la información del populismo contemporáneo

**VÍCTOR HUGO REYNA**

*Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, sede  
México*  
vhreyna@flacso.edu.mx  
0000-0001-8870-7067

**COSETTE CELECIA PÉREZ**

*Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*  
cosette\_celecia@uaeh.edu.mx  
0000-0002-2469-9317

**ALEXIA ÁVALOS RIVERA**

*Universidad Autónoma Metropolitana, unidad  
Xochimilco*  
alexiaa87@gmail.com  
0000-0001-6954-563X



Como jefe de gobierno de la Ciudad de México (2000-2005), Andrés Manuel López Obrador desarrolló e implementó una estrategia de comunicación gubernamental que probó ser eficaz: la conferencia de prensa matutina, también conocida como “La mañanera”. La eficacia de esta estrategia radicaba en establecer la agenda de la jornada desde primera hora para obligar a las organizaciones periodísticas a reaccionar ante ella. En este sentido, estas conferencias de prensa implicaban una anticipación sistemática a la función de establecimiento de agenda de la prensa teorizada por McCombs y Shaw (1972), pues diariamente fijaban las temáticas a tratar para la institución y práctica que —al menos en teoría— debía marcarlas.

Al asumir la presidencia de la república (2018-2024), López Obrador mantuvo a las conferencias de prensa matutinas como el eje articulador de su estrategia de comunicación, en tanto aspiraba a establecer la agenda mediante el mismo patrón. Sin embargo, entre el final de su gobierno de la Ciudad de México y el inicio de su presidencia sucedió una década y media, y el periodismo nacional se transformó en dos sentidos: (1) dejó atrás el declaracionismo que hacía de sus profesionales cajas de resonancia del discurso político (Márquez-Ramírez, 2012) y (2) desarrolló una cultura de investigación basada en información pública obte-

Pour citer cet article, to quote this article,  
para citar este artículo :

Víctor Hugo Reyna, Cosette Celecia Pérez, Alexia Ávalos Rivera, « Mediatización, desintermediación y usurpación: las estrategias de monopolización de la información del populismo contemporáneo », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo* [En ligne, online], Vol 13, n°2 - 2024, 15 décembre - december 15 - 15 de dezembro - 15 de diciembre.  
URL : <https://doi.org/10.25200/SLJ.v13.n2.2024.623>



nida a través del mecanismo de transparencia (De La Rocha, 2006).

Así, al llegar a la presidencia, López Obrador se encontraría con un periodismo menos dependiente de las declaraciones y con más herramientas para investigar y exponer actos de corrupción e incompetencia gubernamental que el que lo cubría como jefe de gobierno de la Ciudad de México. Esto haría que sus conferencias se tornaran insuficientes para contener la capacidad de establecimiento de agenda de la prensa. En respuesta, el presidente mexicano transformaría su estrategia de comunicación gubernamental para no sólo intentar establecer la agenda, sino para sistemáticamente usurpar las funciones del periodismo con la intención de instituir una comunicación directa con su público, “el pueblo”.

A partir de una síntesis entre las teorías de mediatización (Strömbäck & Esser, 2014), desintermediación (Waisbord, 2013) y cierre social (Parkin, 1979), este artículo conceptual invita a repensar las estrategias de comunicación de los gobiernos populistas contemporáneos como estrategias de monopolización de la información. Tomando como referente empírico a las conferencias de prensa de López Obrador, plantea que esto ocurre con la concatenación de tres procesos: (1) mediatización, que implica la adhesión de la política a la lógica mediática, (2) desintermediación, que supone la exclusión del periodismo del proceso de comunicación, y (3) usurpación, que significa el reemplazo de la prensa por parte del gobierno.

El argumento de este artículo es que las perspectivas de análisis de la mediatización y la desintermediación se quedan cortas para describir las estrategias de monopolización de la información del populismo contemporáneo, pues éstas ya no se limitan a adoptar las prácticas de los medios masivos o a intentar sacar de la ecuación al periodismo a través de mecanismos de censura y estigmatización tradicionales. Más bien, como lo ilustra el caso del gobierno de López Obrador, se ensaya una usurpación de las funciones que le corresponden a la prensa en una sociedad democrática para suplirlas por prácticas que simulan ser periodísticas no obstante su ausencia de rigor y propensión a reproducir el discurso gubernamental.

Elegimos el caso del presidente mexicano porque se ha caracterizado por ser un líder de corte populista que ha tomado la tribuna pública para dotar de legitimidad a su proyecto político. A través de una comunicación constante y diaria, descrita por Larrosa (2023) como abundante, ha construido un imaginario de relación directa con “el pueblo” con el objetivo de despertar en la ciudadanía un sentimiento de ser genuinamente representados (Monsiváis, 2021; Olvera, 2021). Aunque el discurso personalista no es exclusivo de él, su puesta en escena diaria lo hace

diferente, pues —hasta ahora— ningún presidente latinoamericano le había dedicado tanto tiempo a una estrategia de comunicación como ésta.

Sostenemos que este tipo de estudios de corte conceptual son relevantes porque permiten analizar las profundidades de las estrategias políticas de los líderes populistas para así indagar en cómo, más que establecer un modelo más democrático de comunicación, en realidad se orientan a acallar las voces críticas y a intentar manejar la agenda pública dictando los temas que son de su interés, quitando del escenario de lo público a todas las temáticas que resultan incómodas para el mandatario. Como ha planteado Curzio (2021), “La mañanera” de López Obrador no es un espacio de deliberación ni de rendición de cuentas, sino en un espacio de disputa por el relato de la realidad. He ahí su trascendencia.

Para conceptualizar la relación entre los procesos de mediatización, desintermediación y usurpación, los referentes empíricos de este artículo son: (1) las conferencias de prensa de López Obrador, que procuran establecer la agenda en lugar del periodismo, (2) su sección de verificación de noticias gubernamental, “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?”, que socava la credibilidad de la prensa y aspira a suceder a la verificación de noticias periodística, y (3) el proyecto fallido de la “Red de Comunicadores del Pueblo”, que pretendía reemplazar el trabajo de campo periodístico, el “estar ahí”, mediante una red de periodistas ciudadanos partidarios.

El artículo está organizado en tres apartados. El primer apartado presenta un estado del arte de los estudios sobre las conferencias de prensa de López Obrador para identificar los alcances y las limitaciones de las perspectivas de análisis hasta ahora empleadas. El segundo apartado despliega un marco conceptual para examinar el vínculo entre la mediatización, la desintermediación y la usurpación en las estrategias de monopolización de la información del populismo contemporáneo. El tercer apartado interroga las funciones del periodismo que el gobierno mexicano se esmera en reemplazar: (1) establecimiento de agenda, (2) verificación de la información y (3) trabajo de campo.

---

#### LOS ESTUDIOS SOBRE LAS CONFERENCIAS DE PRENSA DE LÓPEZ OBRADOR

---

Diversas investigaciones han analizado las estrategias de comunicación gubernamental de López Obrador, con énfasis en sus conferencias de prensa matutinas. Desde diferentes marcos conceptuales, este cuerpo de trabajos se ha centrado en analizar los encuadres, las narrativas y los recursos retóricos empleados

por el presidente mexicano. Sobresale la identificación de una línea discursiva consistente con características de la retórica populista, tales como: (1) la construcción de un grupo interno enfrentado en un nivel simbólico con un grupo externo, (2) la centralidad del “pueblo” y (3) la construcción de un líder carismático que encarna la voz e intereses de ese “pueblo” frente a las élites.

Muñiz (2021) ha revelado que López Obrador presenta una visión dicotómica de los problemas del país, responsabilizando de la corrupción (19.4%) al gobierno anterior (18.9%) y vinculando al actual gobierno (20.8%) con “el pueblo” (18.1%), con una política diferente (16.8%) y con la lucha contra la corrupción (13.7%). Por su parte, Sánchez (2020) ha descrito a su discurso como “moralizador cuasi-religioso” y orientado a avergonzar a sus críticos. Esto se complementa con Natal (2021), quien ha remarcado que la tendencia a sobresimplificar la realidad del presidente hace que la complejidad de los problemas sea reducida a una cuestión de voluntades y a que no se aborden los asuntos que muestran la ineficacia de su gobierno.

Otros autores exponen cómo López Obrador usa el principio antagonista para incluir y excluir. Ávalos y Celecia (2020) han mostrado que llama a no discriminar a los migrantes, pero a su vez endurece la política migratoria del país, lo cual expone un desencuentro entre su estrategia retórica y su estrategia política. Algo similar ha hallado Villarreal (2021) al abordar la participación de las mujeres en las conferencias de prensa del “presidente más feminista”, pues el anuncio de su inclusión no corresponde con la realidad. Igualmente, Ramírez et al. (2022) han exhibido cómo López Obrador caracteriza a la clase media como “enemigos del pueblo”, valiéndose de estereotipos y resentimiento social.

Flores et al. (2021) han destacado que lo significativo de “Las mañaneras” es: (1) la enumeración de los agravios recibidos por “el pueblo”, (2) el fomento a una identificación negativa con los críticos y adversarios del presidente y (3) los contenidos ideológicos que alimentan la polarización y la ira entre sus seguidores. Por su parte, con datos de SPIN (Taller de Comunicación Política), Estrada (2021) ha demostrado que López Obrador ha perdido su capacidad de establecimiento de agenda, pues únicamente el 7% de los temas que él presenta previo a la sesión de preguntas y respuestas se convierte en la nota principal de la portada de los diarios de circulación nacional<sup>1</sup>.

Mc Phail (2022) argumenta que estas conferencias de prensa presidenciales pueden llegar a ser una importante herramienta para informar a la ciudadanía sobre temas de interés general, aunque su puesta en práctica suele devenir en espacios para la polarización, la autoadulación y la difusión de noticias falsas, entre otras

estrategias que lastran la democracia y concentran el poder en la figura del presidente. Para esta autora es fundamental resaltar que a través de esta estrategia de comunicación, el presidente mexicano construye “un monopolio de la comunicación política” (p. 102) para presentarse como el redentor de la población que se siente agraviada, resentida y excluida y así edificar su legitimidad política.

En conjunto, los abordajes de “Las mañaneras” muestran que López Obrador usa un discurso simplificado y polarizante que se presenta en términos de una lucha ética entre el bien y el mal. En este enfrentamiento, el líder se construye como un símbolo de redención, mientras sus enemigos encarnan todos los problemas del “pueblo” (De La Torre & Peruzzotti, 2008). A pesar de la relevancia de estos análisis, presentan un punto ciego: no ahondan en las implicaciones de la estrategia de comunicación del presidente mexicano para el sistema de medios nacional y en particular para la institución y práctica del periodismo. Este artículo pretende contribuir a socavar este déficit.

---

### MEDIATIZACIÓN, DESINTERMEDIACIÓN Y USURPACIÓN

---

La mediatización de la política, entendida como el proceso mediante el cual las instituciones políticas adoptan las lógicas de los medios masivos y las hacen propias (Strömbäck & Esser, 2014), es el punto de partida de nuestra teorización de las estrategias de monopolización de la información de los gobiernos populistas contemporáneos. Como los autores que han descrito a este populismo como un populismo mediático (Barberis, 2021) o mediatizado (Ferin, 2019), reconocemos que una de sus características distintivas es la organización de la mayor parte de sus actos con una lógica mediática, para ser consumidos a través de los medios masivos y las plataformas de redes sociales.

Sin embargo, lo que nos interesa no es en sí misma la mediatización del populismo, sino las tensiones derivadas de este proceso. Así, seguimos a Ponce (2020) cuando argumenta que la mediatización tiende a generar una disputa por el encuadre de la realidad, pues recalca que la clase política intenta interferir en la lógica mediática para adaptarla a sus necesidades de publicidad e imponer su versión de los hechos. Esto hace que la esfera pública se convierta en un terreno de disputa ideológica en el que el objetivo ya no es sólo influir en el periodismo para transmitir un mensaje, sino controlar la agenda con la asistencia de los medios oficiales y partidarios (Cavia, 2017).

En América Latina, el giro a la izquierda iniciado a fines del siglo XX abrió un frente de conflicto entre los

gobiernos populistas y los medios masivos, con presidentes como Hugo Chávez, Rafael Correa, Néstor Kirchner, Evo Morales y Luiz Inácio “Lula” da Silva, entre otros, constantemente describiendo como “enemigos del pueblo” a los medios que se negaban a reproducir su discurso. En este viraje, Kitzberger (2009) plantea que se institucionalizó la tentación por desafiar el monopolio de la información del periodismo al poner en práctica diversas “variantes de comunicación directa que les permitieran ‘puentear’ la mediación periodística” (p. 169).

Entre las décadas de 1990 y 2000, estas estrategias de comunicación directa estaban centradas en la radio, la televisión y en menor medida los periódicos; es decir, en los medios masivos tradicionales. Había cadenas nacionales de radio y televisión para exponer los logros y las acciones de los gobiernos populistas a favor de las clases populares (Stornaiolo, 2019) y la confrontación discursiva con el periodismo se llevaba al punto de suprimir las conferencias de prensa y las entrevistas periodísticas (De Diego, 2017). Lejos de improvisadas, se trataba de estrategias planeadas que los representantes de estos gobiernos justificaban sin empacho, como muestra esta declaración de un ex funcionario argentino:

*El presidente se comunica directamente con la gente. También es un acto de soberbia de algunos periodistas decir que Kirchner comete un error porque carece de intermediación. Eso es lo que les duele a los periodistas: dejaron de ser intermediarios necesarios (Albistur en Reinoso, 2007, énfasis agregado).*

A pesar de que los teóricos de la mediatización han problematizado las implicaciones de la adopción de la lógica mediática por parte de la clase política, incluyendo las pugnas con el periodismo, argumentamos que este concepto no describe las estrategias de comunicación directa que caracterizan al populismo contemporáneo. Por ello consideramos que es necesario incorporar la noción de desintermediación para nombrar el proceso mediante el cual los gobiernos populistas ponen en práctica el “puenteo de la mediación periodística”, pues hace referencia a una comunicación desintermediada, por encima de la institución y práctica del periodismo.

Waisbord (2013) sostiene que el populismo contemporáneo propone una ruptura con el sistema de medios al interpretar que la mediatización de la política suprime la vitalidad de la participación popular. En este sentido, el populismo rechaza y al mismo tiempo adhiere a la mediatización porque en la sociedad mediática no es realista pensar en campañas o gobiernos limitados a la comunicación cara-a-cara (Norris, 2000). Así, los gobiernos populistas apelan a la desintermediación para intentar sacar al periodismo del

proceso de comunicación y edificar una hegemonía comunicacional para de esta manera concretar la anhelada comunicación directa con “el pueblo”.

Como advierte Slimovich (2019), en el siglo XXI la emergencia de las plataformas de redes sociales es fundamental para el proceso de desintermediación en tanto permite que los gobiernos populistas se comuniquen directamente con su público, en sus propios espacios de interacción social, y sin depender de la mediación periodística. Si antes los gobiernos estaban obligados a persuadir a los medios masivos para potenciar su mensaje debido a que estos eran el entorno de información más importante, en la actualidad predomina este “puenteo” en el que se intenta generar una comunicación directa que —paradójicamente— preserve ciertos rasgos de la comunicación mediada tradicional.

En contraste con los teóricos de la mediatización y la desintermediación de América del Sur, nuestro análisis del caso mexicano nos permite plantear que las redes sociales no sólo cumplen una función como medio de comunicación directa entre gobierno y ciudadanía. Con el gobierno de López Obrador observamos que estas plataformas también son utilizadas para: (1) formar comunidades y habilitar a sus partidarios como cajas de resonancia de su discurso político, (2) profundizar la desintermediación al fomentar la censura de multitud (Waisbord, 2020) en contra de quienes contradicen la narrativa presidencial y (3) reemplazar el trabajo de campo periodístico, el “estar ahí”, por un periodismo ciudadano partidario.

Los primeros dos puntos no son exclusivos del caso mexicano, pues hay evidencia de que en India (Bhat & Chadha, 2022), Israel (Panievsky, 2022), Kenia y Sudáfrica (Cheruiyot, 2022), entre otros países, los gobiernos populistas estimulan a sus seguidores a acosar a los periodistas críticos para disuadir el disenso. Esta forma de control social, que también ha sido descrita como populismo de abajo hacia arriba (Lüders et al., 2021), pretende persuadir a los profesionales del periodismo de removerse a sí mismos del proceso de comunicación —una suerte de auto-desintermediación por autocensura— si es que desean evitar padecer diferentes expresiones de la violencia digital.

Lo tercero, la sustitución del periodismo profesional por un periodismo ciudadano a favor del populismo, ya no es simplemente desintermediación y debe ser denominado de otra manera. A partir de la teoría del cierre social de Parkin (1979), nuestra propuesta es definirlo como una usurpación de las funciones del periodismo en tanto que el gobierno populista, en este caso el de López Obrador, ensaya reemplazar el trabajo de campo periodístico, el “estar ahí”, por una red de ciudadanos habilitados como emisores de mensajes mediados. La lógica es: si el perio-

dismo se resiste a reproducir el discurso político, lo removemos de la ecuación y ponemos a “el pueblo” a hacer las veces de caja de resonancia.

De acuerdo con Parkin (1979), el cierre social es un proceso en el que distintos grupos o individuos buscan maximizar sus recompensas por medio de la restricción del acceso a los recursos y a las oportunidades de otros grupos o individuos. En esta teoría, el cierre social se puede expresar en forma de exclusión, definido como el intento por mantener una posición de privilegio a costa de la subordinación de ciertos grupos o individuos, y usurpación, entendida como una sublevación de esos grupos o individuos en respuesta a su estatus de forasteros. En el primer caso, se trata de un ejercicio del poder coercitivo para mantener el estado actual de las cosas, mientras en el segundo es más un poder subversivo en forma de resistencia.

Como subraya Waisbord (2013), el populismo se presenta como víctima del “bloqueo informativo” y propone una resistencia a lo que entiende como dominación corporativa de la información por parte de los medios masivos. En este sentido, desde el punto de vista de los gobiernos populistas, sus estrategias de monopolización de la información orientadas a suplir las funciones del periodismo son estrategias de usurpación antes que de exclusión, pues no se conciben como grupos de poder dentro del sistema de medios. Más aún, cuando el objetivo no es excluir al periodismo del proceso de comunicación (desintermediación), sino apropiarse de sus funciones para resignificarlas, es una usurpación.

En el caso del gobierno de López Obrador, además de los procesos de mediatización y desintermediación que reproduce de los gobiernos populistas latinoamericanos del pasado y del presente, se observa una usurpación de tres funciones que corresponden al periodismo en una sociedad democrática: (1) establecimiento de agenda, (2) verificación de la información y (3) trabajo de campo periodístico. Como toda su estrategia de comunicación gubernamental, esto se articula desde su conferencia de prensa, en el primer caso él mismo intentando fijar los asuntos en la agenda y en los otros dos externalizando las tareas en actores partidarios. Es menester de este artículo teorizar este proceso de usurpación.

---

#### LA USURPACIÓN DE LAS FUNCIONES DEL PERIODISMO POR PARTE DEL GOBIERNO MEXICANO

---

##### La usurpación de la función de establecimiento de agenda

Waisbord (2009) plantea que al periodismo le corresponden tres funciones en una sociedad democrática:

ca: (1) monitorear y hacer rendir cuentas a los grupos de poder, la función de “perro guardián”, (2) cubrir asuntos de relevancia pública que requieren la atención de la ciudadanía y los tomadores de decisiones, la función de establecimiento de agenda, y (3) la selección de noticias orientada a facilitar la expresión de la diversidad de puntos de vista, la función de “guardavallas”. En conjunto, estas funciones permiten que el periodismo haga visible lo que los grupos de poder quisieran ocultar y que se fijen en la agenda para que sean discutidos y analizados.

En su versión original, la teoría del establecimiento de agenda de McCombs y Shaw (1972) sugiere que hay una correlación entre lo que publican las organizaciones periodísticas y lo que la ciudadanía considera importante. Según Shaw et al. (2019), en una democracia saludable los medios masivos establecen la agenda pública, mientras en una democracia poco saludable predomina la gubernamental. Esto último es problemático porque implica un déficit de fiscalización gubernamental, lo que puede ser caldo de cultivo para la corrupción política. Para Peter (2003) y Vargo (2018), la importancia percibida de las opiniones de la élite política y la confianza en el periodismo son los factores que determinan quién establece la agenda.

En México, el gobierno de López Obrador reproduce diferentes prácticas y discursos de los gobiernos populistas de América Latina (De La Torre & Peruzzotti, 2008; Natal, 2021; Sánchez, 2020), pero se distingue de ellos por el carácter reiterativo de su principal estrategia de comunicación, la conferencia de prensa matutina. Si Chávez y Correa realizaban cadenas nacionales los fines de semana y Kirchner y Morales preferían los mítines ocasionales, para el presidente mexicano la conferencia de prensa diaria es una forma de gobierno. De hecho, se ha revelado que este ejercicio de comunicación gubernamental tiende a ser lo único en su agenda diaria (Romandía, 2022).

Además de intentar establecer la agenda, “Las mañaneras” de López Obrador también son un espacio de desintermediación periodística, pues él y su equipo determinan tanto quién puede ingresar como quién puede preguntar (Forbes, 2019). En este sentido, las conferencias de prensa devienen en monólogos en los que se pretende sacar de la ecuación al periodista profesional al limitar su capacidad de agencia en Palacio Nacional. A ello también abona la inclusión de los *YouTubers* partidarios, cuya función es reproducir el discurso gubernamental, hacer preguntas a modo y desacreditar a los profesionales del periodismo que publican trabajos críticos.

El problema de esta estrategia es que, como presidente de la república, López Obrador se ha enfrentado con una cultura del periodismo de investigación

que no existía cuando él era jefe de gobierno de la Ciudad de México. En este nuevo escenario —como ha demostrado el análisis de contenido de Estrada (2021)— pierde su capacidad de establecimiento de agenda porque él sigue intentando fijar las temáticas a tratar desde el discurso mientras el periodismo lo hace mediante reportajes de alto impacto que se discuten por semanas, meses y años. El ejemplo más claro durante este sexenio ha sido el reportaje sobre el estilo de vida lujoso de su hijo mayor en Estados Unidos (Olmos et al., 2022).

A partir de la publicación de este reportaje y hasta el momento de esta redacción, las conferencias de prensa de López Obrador se han desplazado del establecimiento de agenda a la estigmatización de periodistas para ahondar la desintermediación (Reyna, 2024) y sentar las bases para la usurpación de las funciones del periodismo. Identificar esta transformación es clave para entender la monopolización de la información del populismo contemporáneo, en tanto advierte que los gobiernos populistas despliegan su poder para oponer resistencia a lo que describen como “campañas de desprestigio”, “calumnias” o “falsa información”. Así, el populismo también se apropia del lenguaje periodístico para desinformar a su público.

El 10 de marzo de 2023 el presidente mexicano hizo una declaración de intenciones al decirle a Nayeli Roldán, reportera de *Animal Político*, “Ustedes no van a poner la agenda”. Aunque desde su sexenio como jefe de gobierno de la Ciudad de México ha intentado fijar la agenda por encima del periodismo, esta declaración es importante porque muestra cuál es su concepción de las relaciones prensa-poder: él establece la agenda, el periodismo la reproduce. Si ocurre lo contrario, el periodismo está en contra suya y de su proyecto de transformación. De esta manera, apoyada en el principio antagonista, se articula la usurpación de la función de establecimiento de agenda para permitir el triunfo del discurso oficial ante “el pueblo”:

Ustedes no van a poner la agenda. ¿Por qué? O sea, si tienen todos los medios para expresarse, manifestarse. Todos los días nos atacan, todos los días. No hay objetividad, no hay profesionalismo, es una prensa tendenciosa, vendida, alquilada, al servicio de los corruptos; entonces, ¿por qué les vamos a hacer el caldo gordo a ustedes? Con todo respeto, pues (López Obrador en Gobierno de México, 2023).

### **La usurpación de la función de verificación de la información**

El 30 de junio de 2021 se inauguró el espacio semanal “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?” como una sección dentro de las conferencias de prensa

de López Obrador. En la edición de ese día, el presidente de México comenzó su comparecencia anunciando la sección, al tiempo que descalificó la labor informativa de los medios masivos:

Vamos a iniciar también hoy el programa informativo, la sección de estas conferencias destinada a dar a conocer las mentiras que se difunden en medios de información convencionales y también en las redes [...]. En los últimos tiempos, por el predominio de la política neoliberal o neoporfirista, la mentira en los medios se convirtió en una constante y no había derecho de réplica; y ahora sí hay réplica, se garantiza el derecho a la información, no hay censura, hay libertades plenas y esto es muy bueno para consolidar la democracia. Entonces, vamos a iniciar el quién es quién en las mentiras de la semana, así se va a llamar: “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?” (López Obrador en Gobierno de México, 2021).

A cargo de Elizabeth García Vilchis, cada miércoles este segmento tiene la función de presentar una especie de *fact-checking* de las “noticias falsas” publicadas en los medios masivos, e incluso de comentarios publicados en redes sociales, por actores catalogados despectivamente como “de derecha”, “conservadores” y “opositores”. Como regla general, las noticias desmentidas incluyen contenido crítico sobre el gobierno, aunque su verificación no suele estar respaldada por evidencias (Guerrero & Orozco, 2022), sino por más discurso estigmatizador. Esto convierte a esta estrategia en una falacia de apelación a la autoridad, pues el gobierno usa su posición social para socavar la credibilidad del periodismo sin presentar pruebas (Reyna, 2024).

Entre las características de esta sección destaca un estilo exageradamente histriónico por parte de la presentadora, así como el uso de expresiones coloquiales, burlas e ironías por medio de expresiones como “el oso de la semana”, “siembran inventos con tal de fastidiar”, “si lo dice un opositor, los medios le dan bola” o “esto es una joya”, que conectan al discurso con el info-entretenimiento. Esto resulta contradictorio si el objetivo de este espacio es evitar la desinformación porque, justamente, el info-entretenimiento ha sido descrito como uno de los elementos que contribuyen significativamente a la desinformación (Jebril et al., 2013; Nguyen, 2012; Prior, 2003).

Otras características presentes en el “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?” son la polarización de posiciones ideológicas y el uso de lenguaje ideológicamente orientado, visible en la adjetivación empleada para referirse a medios y actores críticos. Esto también ha sido descrito como parte de las estra-

tegias retórico-discursivas de la desinformación (Sierra & Sola, 2020). Estos elementos confirman que esta sección, concebida para sustituir la función de verificación de la información del periodismo, falla en su propósito porque no ofrece los elementos de contra-información que sustenten sus desmentidos y al asumir una narrativa de info-entretenimiento.

El tono irónico y la falta de evidencias le restan rigor al ejercicio y tributan, más que combaten, a la desinformación. No obstante, la posición de poder desde donde se emite el discurso convierte a esta sección en un instrumento de deslegitimación del periodismo, desde criterios ideológicos y morales, y no desde los propios del campo periodístico. Es llamativo si se toma en cuenta que la creación de este segmento es posterior a la aparición de *Verificado* y *El Sabueso*, de *Animal Político*, ambos especializados en *fact-checking*, pues pone en práctica una usurpación de la función de verificación de la información sin reparar en la adopción de sus técnicas de investigación.

Si bien las conferencias de prensa matutinas de López Obrador son presentadas como un “diálogo circular”, éstas terminan siendo un espacio monológico. Aunque el presidente no es la única voz en “Las mañaneras”, la metáfora del monólogo hace referencia a la presencia en este espacio de una narrativa hegemónica, de un discurso predominante y recurrente, en el que no se perciben matices o se propicia la crítica. Los portavoces de este discurso monolítico son tanto el presidente como los funcionarios de su gobierno que acuden periódicamente, así como diversos interlocutores de estas autoridades, desde periodistas hasta *YouTubers*, cuyas líneas editoriales, marcadamente partidistas, están alineadas con la retórica oficial.

Para entender la concatenación de los procesos de mediatización y desintermediación que derivan de la estrategia comunicacional del presidente, encontramos cómo lo primero se vincula con la intención de fijar la agenda pública, independientemente de su repercusión en las organizaciones periodísticas dominantes. Esto entra en juego con otras lógicas propias de los medios masivos, como el manejo de los criterios de noticiabilidad. Mientras, en segundo lugar, la sección “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?” se relaciona más con la pretensión de suprimir al periodismo de uno de sus procesos de producción de noticias, como lo es la verificación de la información.

La desintermediación también interviene en la mediatización que le precede, pues si en el primer proceso se busca establecer los temas socialmente relevantes, en el segundo se intenta establecer los encuadres desde los cuales interpretarlos. Este proceso se da mediante una construcción a nivel retórico-discursivo, pues —como ya referimos— el *fact-checking* de García Vilchis suele carecer de evidencias. De tal modo,

la desintermediación que se genera desde la sección de verificación de la información de las conferencias matutinas interviene en la construcción de marcos de interpretación generales (frames) al autorizar y desautorizar voces y puntos de vista críticos.

### La usurpación del trabajo de campo periodístico

Como apuntan Sigal y Verón (2003), la acción política no es comprensible fuera del orden simbólico que la genera y el universo imaginario que crea. En ese sentido, describir y analizar acciones como la creación de la “Red de Comunicadores del Pueblo” implica situarse dentro de una política mediatizada, desde una visión de desintermediación y consolidación de un ejercicio de suplantación y usurpación de la labor periodística. Es decir, que la política y los actores políticos procuran apropiarse de acciones tipo “clientelismo de masas” (Müller, 2017) para que sus prácticas sean aceptadas por sus seguidores, teniendo como principal bandera aquellos que representan al “pueblo”.

La “Red de Comunicadores del Pueblo” fue creada por iniciativa de los legisladores del Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA, el partido gobernante) en 2022 con el objetivo de contrarrestar la desinformación y las críticas del periodismo hacia el gobierno de López Obrador. Lo más característico de esta red es que representó una parte de la construcción de la relación entre López Obrador y “el pueblo”, donde primero se le pidió confianza a la ciudadanía y luego se le exigió que esa confianza la transformara en fe y colaboración porque “Amor con amor se paga”. En esta colaboración inclusiva, todos los integrantes del “pueblo”, pueden contribuir al desarrollo de la nación:

Participan como parte de la coordinación de este esfuerzo, la diputada de la LXIV Legislatura, María de los Ángeles Huerta del Río; y también la diputada Claudia Yáñez Centeno. Esta Red de Comunicadores del Pueblo, suma alrededor de 500 integrantes en este momento, de comunicadores en todos los estados de la República que *buscan, precisamente, que llegue la información veraz, objetiva y oportuna* sobre los temas del acontecer nacional (Narro en Senadores de MORENA, 2022, , énfasis agregado).

Como plantean Müller (2017) y Salmorán (2021), la noción del “pueblo” es un imperativo para los líderes populistas y no basta con sólo apelar a él, sino que hay que hacerlo partícipe y construirlo en oposición al Otro para potenciar ese antagonismo. Ése es precisamente uno de los objetivos de la “Red de Comunicadores del Pueblo”. Además, se puede observar que estas acciones son producto de un ejercicio de usurpación en el que, así como la lógica política se traslapa con la mediática en la mediatización, esta red intenta la su-

plantación del periodismo bajo la noción de un “periodismo ciudadano”, desde abajo.

Al igual que el “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?”, esta red ciudadana parte del supuesto de que los medios corporativos generan una desinformación sobre el gobierno que es necesario contrarrestar. Sin embargo, de lo que realmente trataba esta red fallida era de una estrategia de propaganda gubernamental que favorecía posturas de opinión y calificación positiva de los programas gubernamentales. En contraste con el periodismo que reporta desde el lugar de los hechos, contrasta y verifica la información, esta red proponía apropiarse del “estar ahí” periodístico como un medio para ganar terreno en la batalla por la monopolización de la información y la opinión pública.

En el mismo sentido, los denominados “comunicadores del pueblo” estaban llamados a reproducir el discurso populista: la “unidad nacional”, los “anti-patrias”, el desplazamiento de “la oposición” y, en especial, la resignificación del “pueblo”. Si “el pueblo” es visto como pasivo y necesitado de un protector, con esta red se pretendía dotarlo de agencia al incluirlo y hacerlo participar en la denominada “Cuarta Transformación”. En uno de los videos que realizaron para el canal de YouTube de *Veraz TV*, una joven mujer articula el siguiente discurso para describir a la “Red de Comunicadores del Pueblo”:

Que sepan que no somos Loret, López Dóriga, Ciro, ni Aristegui. Más bien, somos un esfuerzo colectivo, hecho con lo que se puede y, por supuesto, emanado del pueblo. Estamos ya hartos de los que mienten todos los días; que difaman, confunden, embisten y que han usurpado los medios de comunicación; medios que son bienes públicos, no son de ellos, son de todos. *No somos periodistas y no estamos en contra del periodismo; somos comunicadores, pero sin máscaras, ni hipocresías informativas. Somos gente de a pie, somos comunicadores del pueblo.* Y alzamos nuestra voz para decir que estamos en contra del chayoterío fifí, de la mezquindad de los concesionarios de los medios de comunicación (Conductora en *Veraz TV*, 2022b, énfasis agregado).

Como los líderes populistas como López Obrador ven en la mediación periodística una distorsión de la realidad política, en su rol de rescate y protección del “pueblo” crean una serie de mecanismos para controlar estas acciones. La principal táctica es no dar tregua a la opinión pública y estar siempre determinando las temáticas a tratar por medio de estrategias de comunicación política en ocasiones presentadas como información periodística. En el caso particular de la “Red de Comunicadores del Pueblo”, se buscaba, por una

parte, desacreditar al periodismo profesional para minar su autoridad y credibilidad ante “el pueblo” y, por otra parte, generar una alternativa de comunicación que llenara el vacío informativo:

El parlamento en su resolución defiende un periodismo hecho por la élite mexicana y que ataca diariamente con mentiras al presidente. El presidente desmiente diariamente operaciones armadas desde los grupos de poder mediáticos. No ataca, no denigra, no intimida: se defiende (Conductor en *Veraz TV*, 2022a).

De esta forma, se intenta trazar una línea para definir quién es un verdadero periodista —quien apoya un proyecto de transformación donde el gran beneficiado es “el pueblo”— y quienes no lo son porque están “vendidos” a “la mafia del poder” y, por lo tanto, no apoyan el desarrollo nacional y hasta se esmeran en que el proyecto de cambio falle. En un segundo nivel, hay una diferenciación entre periodista y comunicador; es decir, que se caracteriza y define al periodista como tendencioso, seguidor de líneas editoriales y defensor de intereses privados; en cambio, los autodenominados “comunicadores del pueblo” son legítimos porque no responden a ningún interés más allá que al mismo “pueblo”.

---

## CONCLUSIONES

---

Como uno de los principales exponentes del populismo contemporáneo en América Latina, el caso de López Obrador nos ha permitido repensar las estrategias de monopolización de la información de este tipo de gobiernos. En una época en la que el populismo opone resistencia a las normas y prácticas del periodismo profesional, consideramos fundamental teorizar sobre el significado de las nuevas estrategias de monopolización de la información para describirlas y, en la medida de lo posible, prevenirlas. Para tales efectos, en este artículo conceptual se ha propuesto analizar la usurpación de tres funciones básicas del periodismo: (1) establecimiento de agenda, (2) verificación de la información y (3) trabajo de campo.

A partir de la referencia de las teorías de mediación (Strömbäck & Esser, 2014), desintermediación (Waisbord, 2013) y cierre social (Parkin, 1979), hemos argumentado que las estrategias de monopolización de la información de López Obrador están centradas en la eliminación de la mediación periodística y que se orientan a la usurpación del periodismo. Esta desintermediación periodística impide la rendición de cuentas y permite que los políticos califiquen como “ataques” los cuestionamientos que les hace el periodismo, lo cual impacta negativamente en la calidad de la democracia. De igual manera, ampara la desinformación en

tanto facilita la circulación de información que no ha sido contrastada o verificada.

Conceptualmente, la trífeca de las conferencias de prensa matutinas que devienen en monólogos, la verificación de la información desde el gobierno del “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?” y la “Red de Comunicadores del Pueblo” expone las consecuencias indeseadas de la mediatización de la política. Aunque estas tres estrategias de comunicación gubernamental apuntan hacia el establecimiento de la agenda pública, se distinguen entre sí por sus actores y métodos, así como por oponer resistencia a diferentes tipos de periodismo, desde el periodismo informativo basado en “estar ahí” hasta el de investigación que marca la agenda durante meses y años, sin olvidar el de verificación de la información.

En particular, “Las mañaneras” de López Obrador son una estrategia de mediatización y desintermediación en la que las que organizaciones periodísticas y periodistas son excluidos si no reproducen el discurso gubernamental y si se les percibe como obstáculo para concretar una comunicación directa con “el pueblo”. Consideramos, primero, que el carácter reiterativo de estas conferencias de prensa las convierte en un instrumento poderoso porque le permiten al gobierno responder de manera diaria y anular a la crítica a los ojos de su público. Segundo, que pueden ser desarrolladas de mejor manera para generar un sistema de comunicación cuasi totalitario, lo cual afectaría la calidad de la democracia de cualquier país que las reproduzca.

Es importante remarcar que la segmentación entre conferencias de prensa, “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?” y “Red de Comunicadores del Pueblo” es funcional para el análisis aquí presentado, pero que en la práctica tienen fronteras más porosas que estables en la usurpación de funciones del periodismo. En contraste, lo que se mantiene es la tensión que generan estos procesos de mediatización, desintermediación y usurpación en cadena. Esta pugna implica no sólo una lucha por el establecimiento de la agenda,

sino una disputa de lo público como espacio de participación ciudadana y todo lo que ello implica en la definición de los encuadres de la realidad y la construcción de sentidos.

Sostenemos que los procesos de mediatización, desintermediación y usurpación que se generan a partir de las estrategias de monopolización de la información de López Obrador incrementan la vulnerabilidad de la práctica del periodismo en México y debilitan aún más los contrapesos de esta democracia poco saludable. Observamos que estas nuevas estrategias de monopolización de la información encubren la pérdida de credibilidad de la denominada “Cuarta Transformación”, pues su percepción favorable ha menguado ante algunos sectores a partir de la publicación de algunos reportajes de alto impacto que han expuesto los actos de corrupción e incompetencia de este gobierno.

Futuras investigaciones podrían retomar la perspectiva conceptual desarrollada en este artículo para interrogar las estrategias de monopolización de la información de otros países o regiones con gobiernos populistas. Consideramos que una de las contribuciones esenciales de este artículo es que invita a pensar las estrategias de comunicación gubernamental más allá de los marcos conceptuales de la mediatización y la desintermediación al incorporar una teoría social, en este caso la de cierre social de Parkin (1979), para examinar las nuevas expresiones del populismo mediático (Barberis, 2021) o mediatizado (Ferin, 2019). Pensar más allá de lo habitual podría contribuir a oponer resistencia a estas estrategias de usurpación populista.

---

*Fecha de envío del artículo: 15/07/2023*

*Fecha de aceptación: 08/05/2024*

---

## NOTES

<sup>1</sup> Los diarios considerados fueron *El Economista*, *El Financiero*, *El Universal*, *Excélsior*, *La Jornada*, *Milenio* y *Reforma*.

## REFERENCIAS

- Ávalos, A., & Celecia, C. (2020). El discurso oficial mexicano sobre la migración: un análisis de las mañaneras de AMLO. *Revista Comunicación* 1 (18), 99-118. <https://doi.org/10.12795/Comunicacion.2020.i18.06>
- Barberis, M. (2021). Populismo mediático: definición, explicación, remedios. *Doxa, Cuadernos de Filosofía del Derecho* (44), 131-143. <https://doi.org/10.14198/DOXA2021.44.05>
- Bhat, P., & Chadha, K. (2022). The Mob, the State and Harassment of Journalists via Twitter in India. *Digital Journalism*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2134164>
- Cavia, G. (2017). Políticos y periodistas: las relaciones personales del poder. En G. González (coord.), *Comunicación política, periodistas, políticos y la opinión pública: definiciones, conceptos e investigación de campo* (pp. 45-54). EPC de Periodismo y Comunicación.
- Curzio, L. (2021). La mañanera como medio de comunicación política. En Juárez, J. (coord.) *Ensayos sobre comunicación gubernamental en la Cuarta Transformación: ¿cambio o continuidad?* (pp. 21-27). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Cheruiyot, D. (2022). Comparing Risks to Journalism: Media Criticism in the Digital Hate. *Digital Journalism*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2030243>
- De La Rocha, D. (2006). El papel que juegan las leyes de acceso a la información en el país, para un periodismo de investigación. *Ra Ximhai* 2 (3), 559-565.
- De La Torre, C., & Peruzzotti, E. (coords.) (2008). *El retorno del pueblo: populismo y nuevas democracias en América Latina*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Ecuador.
- 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), 305-333. [https://doi.org/10.1016/S0185-1918\(17\)30047-8](https://doi.org/10.1016/S0185-1918(17)30047-8)
- Estrada, L. (2021). Las conferencias de prensa diarias del presidente Andrés Manuel López Obrador en J. Juárez (coord.) *Ensayos sobre comunicación gubernamental en la Cuarta Transformación: ¿cambio o continuidad?* (pp. 35-42). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ferin, I. (2019). O jornalismo na era do populismo mediado. *Estudos em Jornalismo e Mídia* 16 (2), 9-22. <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p09>
- Flores, R., Andrade, P., Ávalos, A., & Torio, M. (2021). The populist trinity of communication, ideology, and strategy: A proposal to enhance the analysis of populist discourses. *Latin American Policy* 12 (2), 333-348. <https://doi.org/10.1111/lamp.12220>
- Forbes. (2019, 24 de marzo). ¿Restringirá Presidencia el acceso a las 'mañaneras' de AMLO? <https://www.forbes.com.mx/restringira-presidencia-el-acceso-a-las-mananeras-de-amlo/>
- Guerrero, D., & Orozco, L. (2022, 29 de junio). *A un año de su creación, 47% del "Quién es Quién" es falso o engañoso*. <https://verificado.com.mx/un-ano-quien-es-quien-47-contenido-impreciso/>
- Gobierno de México. (2023). Versión estenográfica. Conferencia de prensa del presidente Andrés Manuel López Obrador del 10 de marzo de 2023. <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/version-estenografica-conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-10-de-marzo-de-2023?idiom=es>
- Gobierno de México. (2021). Versión estenográfica. Conferencia de prensa del presidente Andrés Manuel López Obrador, del 30 de junio del 2021. <https://www.gob.mx/presidencia/es/articulos/version-estenografica-conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-30-de-junio-de-2021>
- Jebri, N., Albæk, E., & De Vreese, C. (2013). Infotainment, cynicism and democracy: The effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of Communication* 28 (2), 105-121. <https://doi.org/10.1177/0267323112468683>
- Kitzberger, P. (2009). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina. *Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político* (14), 157-181.
- Larrosa, J. (2023). Polarización comunicativa y el gobierno de la 4T. *Christus* (843), 38-43.
- Márquez, M. (2012). Valores normativos y prácticas de reporte en tensión: percepciones profesionales de periodistas en México. *Cuadernos de Información* (30), 97-110. <https://doi.org/10.7764/cdi.30.430>
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly* 36 (2), 176-187.
- Mc Phail, E. (2022). Andrés Manuel López Obrador: estrategias comunicativas y culto a la personalidad. *Argumentos. Estudios críticos de la Sociedad*, (99), 101-136. <https://doi.org/10.24275/uamxoc-dcsh/argumentos/202299-04>
- Monsiváis, A. (2021). El efecto divergente del populismo: presidentes populistas y apoyo al régimen en América Latina. *Política y Gobierno* 28 (1), 1-39.
- Müller, J. W. (2017). ¿Qué es el populismo? Grano de Sal.
- Muñiz, C. (2021). Construyendo la polarización a través del discurso político: análisis del uso de claves periféricas en la retórica del presidente mexicano López Obrador. *Cultura, Lenguaje y Representación* 26, 149-165.
- Natal, A. (2021). "For the sake of all, the poor first": COVID-19, mañaneras and the popularity of the Mexican president. En M. Fernández, & C. Machado (coords.), *COVID-19's political challenges in Latin America* (pp. 163-181). Springer.
- Nguyen, A. (2012). The effect of soft news on public attachment to the news: Is "infotainment" good for democracy? *Journalism Studies* 13 (5-6), 706-717. <https://doi.org/10.1080/01461670X.2012.664318>
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press.
- Olmos, R., Ayala, V., & Gutiérrez, M. (2022, 27 de enero). *Así vive en Houston el hijo mayor de AMLO*. <https://contralacorruptcion.mx/asi-vive-en-houston-el-hijo-mayor-de-amlo/>
- Olvera, A. (2021). Polarización como base del populismo: el caso de México. *Ecuador Debate*, (112), 113-138.
- Panievsky, A. (2022). Strategic Rituals of Loyalty: When

- Israeli Journalists Face Digital Hate. *Digital Journalism*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2118144>
- Parkin, F. (1979). *Marxism and Class Theory: A Bourgeois Critique*. Columbia University Press.
- Peter, J. (2003). Country characteristics as contingent conditions of agenda setting: The moderating influence of polarized elite opinion. *Communication Research* 30, 683-712. <https://doi.org/10.1177/0093650203257844>
- Ponce, G. (2020). *Medios y Gobiernos: Mediatización de actores políticos en Argentina, Chile y Uruguay 2010-2017* [Tesis de doctorado no publicada]. Universidad Santiago de Compostela.
- Prior, M. (2003). Any Good News in Soft News? The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge. *Political Communication* 20 (2), 149-171. <https://doi.org/10.1080/10584600390211172>
- Ramírez, D., Alonzo, R. M., & Ochoa, A. (2022). Odio, polarización social y clase media en „Las Mañaneras“ de López Obrador. *Doxa Comunicación* 35, 1-13. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n35a1505>
- Reinoso, S. (2007, 4 de febrero). „Los periodistas ya no son intermediarios necesarios“. <https://www.lanacion.com.ar/opinion/los-periodistas-ya-no-son-intermediarios-necesarios-nid880492/>
- Reyna, V. H. (2024). „A mercenary, a thug... not even a journalist“: The stigmatization of news workers in Mexico. *Journalism Practice*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2023.2300275>
- Romandía, S. (2022, 27 de octubre). *Guacamaya: las escasas actividades del Presidente*. <https://www.opinion51.com/sandra-romandia-escasas-actividades-presidente/>
- Sánchez, M. (2020). México 2019: Personalistic politics and neoliberalism from the Left. *Revista de Ciencia Política* 40 (2), 401-430. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2020005000113>
- Senadores de MORENA (2022, 16 de marzo). Versión estenográfica de la conferencia de prensa del senador José Narro Céspedes, del Grupo Parlamentario de Morena en el Senado de la República. <https://morena.senado.gob.mx/version-estenografica-conferencia-senador-jose-narro-16marzo2022/>
- Shaw, D. L., Minooie, M., Aikat, D., & Vargo, C. J. (2013). *Agendamelding: News, social media, audiences and civic community*. Peter Lang.
- Sierra, F., & Sola, S. (2020). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital: la guerra irregular en América Latina. *Comunicación y Sociedad* e7604, 1-31. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7604>
- Sigal, S., & Verón, E. (2003). *Perón o muerte. Los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*. Eudeba.
- Slimovich, A. (2019). La mediatización contemporánea de la política en Instagram. Un análisis desde la circulación hipermediática de los discursos de los candidatos argentinos. *Revista Sociedad* (39), 31-45.
- Stornaiolo, U. (2019). Las relaciones entre Rafael Correa y la prensa ecuatoriana en el periodo 2006-2017: un análisis del discurso verbal y no verbal. *Textos y Contextos* (18), 51-59. <https://doi.org/10.29166/tyc.v0i18.1739>
- Strömbäck, J., & Esser, F. (2014). Mediatization of Politics: Transforming Democracies and Reshaping Politics. En K. Lundby (coord.), *Mediatization of Communication*. De Gruyter Mouton, 375-403.
- Vargo, C. J. (2018). Fifty years of agenda-setting research: New directions and challenges for the theory. *The Agenda Setting Journal* 2 (2), 105-123. <https://doi.org/10.1075/asj.18023.var>
- Veraz TV. (2022a, 12 de marzo). [Veraz TV]. *COMUNICADORES DEL PUEBLO*. <https://www.youtube.com/watch?v=GHeC0oESTME>
- Veraz TV. (2022b, 23 de marzo). [Veraz TV]. *SOMOS COMUNICADORES DEL PUEBLO / #COMUNICADORES-DELPUEBLO #SomosComunicadoresDelPueblo*. <https://www.youtube.com/watch?v=33oosiZ394w>
- Villarreal, H. (2021). Comunicación política y representación de las mujeres ministras en México: análisis de contenido de las conferencias matutinas del presidente López Obrador. En J. A. Hidalgo, M. Echeverría, M. Sánchez, T. Lay, F. Aceves, J. Esteinou (coords.), *Dimensiones de lo público y lo político en la segunda alternancia democrática: socialización, participación alternativa y discurso político* (pp. 45-72). RIA Editorial.
- Waisbord, S. (2020). Mob censorship: Online harassment of US journalists in times of digital hate and populism. *Digital Journalism* 8 (8), 1030-1046. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1818111>
- Waisbord, S. (2013). *Vox populista: medios, periodismo, democracia*. Editorial Gedisa.
- Waisbord, S. (2009). Latin America. En P. Norris (coord.), *Public Sentinel: News Media & Governance Reform* (pp. 305-328). The World Bank.



**Mediatización, desintermediación y usurpación: Las estrategias de monopolización de la información del populismo contemporáneo**

**Midiatização, desintermediação e usurpação: as estratégias de monopolização da informação do populismo contemporâneo**

**Mediatization, Disintermediation and Usurpation: the Information Monopolizing strategies of Contemporary Populism**

**Médiatisation, désintermédiation et usurpation : les stratégies du populisme contemporain pour monopoliser l'information**

**Es** El objetivo de este artículo de corte conceptual es establecer un vínculo entre las perspectivas de mediatización, desintermediación y cierre social con la intención de teorizar las estrategias de monopolización de la información desarrolladas por el populismo contemporáneo. Tomando al gobierno de México encabezado por Andrés Manuel López Obrador como referente empírico, se plantea que el populismo no se limita a intentar excluir del proceso de comunicación a la institución y práctica del periodismo (desintermediación), sino que da un paso más al intentar usurpar sus funciones de establecimiento de agenda, verificación de la información y trabajo de campo. Para conceptualizar la relación entre los procesos de mediatización, desintermediación y usurpación, los referentes empíricos de este artículo son: (1) las conferencias de prensa de López Obrador, que procuran establecer la agenda en lugar del periodismo, (2) su sección de verificación de noticias gubernamental, “¿Quién es quién en las mentiras de la semana?”, que socava la credibilidad de la prensa y busca suceder a la verificación de noticias periodística, y (3) el proyecto fallido de la “Red de Comunicadores del Pueblo”, que pretendía reemplazar el trabajo de campo periodístico, mediante una red de periodistas ciudadanos partidarios. Entre los resultados de este trabajo destaca que la eliminación de la mediación periodística impide la rendición de cuentas y permite que los políticos califiquen como “ataques” los cuestionamientos desde el periodismo. Los procesos aquí analizados derivan en una usurpación de las funciones que le corresponden a la prensa en una sociedad democrática para suplirlas por prácticas que simulan ser periodísticas no obstante su ausencia de rigor y propensión a reproducir el discurso gubernamental. Asimismo, se ampara la desinformación en tanto se facilita la circulación de información que no ha sido contrastada o verificada y se incrementa la vulnerabilidad de la práctica del periodismo en México.

**Palabras clave:** comunicación política, mediatización, periodismo, populismo, México.

**Pt** O objetivo deste artigo de cunho conceitual é estabelecer uma relação entre as perspectivas de midiática, desintermediação e fechamento social, com a intenção de teorizar as estratégias de monopolização da informação desenvolvidas pelo populismo contemporâneo. Tomando como referência empírica o governo do México liderado por Andrés Manuel López Obrador, argumenta-se que o populismo não se limita a tentar excluir do processo de comunicação a instituição e a prática do jornalismo (desintermediação), mas dá um passo além ao procurar usurpar suas funções de definição de agenda, verificação das informações e trabalho de campo. Para conceituar a relação entre os processos de midiática, desintermediação e usurpação, as referências empíricas deste artigo são: (1) as coletivas de imprensa de López Obrador, que buscam definir a agenda no lugar do jornalismo; (2) sua seção governamental de verificação de notícias, “Quem é quem nas mentiras da semana?”, que mina a credibilidade da imprensa e procura ocupar o lugar da verificação jornalística de notícias; e (3) o fracassado projeto da “Rede de Comunicadores do Povo”, que pretendia substituir o trabalho de campo jornalístico por meio de uma rede de jornalistas cidadãos partidários. Entre os resultados deste trabalho destaca-se que a eliminação da mediação jornalística impede a prestação de contas e permite que os políticos qualifiquem os questionamentos feitos pelo jornalismo como “ataques”. Os processos aqui analisados conduzem a uma usurpação das funções que correspondem à imprensa em uma sociedade

democrática, substituindo-as por práticas que simulam ser jornalísticas apesar de sua falta de rigor e propensão a reproduzir o discurso governamental. Da mesma forma, a desinformação é amparada na medida em que facilita a circulação de informações que não foram checadas ou verificadas, aumentando a vulnerabilidade da prática do jornalismo no México.

**Palavras-chave:** comunicação política, mediatização, jornalismo, populismo, México.

**En.** The objective of this conceptual article is to establish a relationship between mediatization, disintermediation and social closure, with the intent of theorizing the strategies of information monopolization developed by contemporary populism. The Mexican government, led by Andrés Manuel López Obrador, is our empirical reference, and we argue that populism is not limited to trying to exclude the institution and practice of journalism from the communication process (disintermediation); it goes even further by seeking to usurp its functions of agenda-setting, information verification and fieldwork. In order to conceptualize the relationship between mediatization, disintermediation and usurpation, we used the following empirical references: (1) López Obrador's press conferences, which seek to set the agenda rather than journalism; (2) his government fact-checking section, "Who's Who in the Lies of the Week?", which undermines the credibility of the press and seeks to do away with journalistic fact-checking; and (3) the failed "People's Communicators Network" project, which sought to replace journalistic fieldwork with a network of partisan citizen journalists. One particular result from this work worth highlighting is that eliminating journalistic mediation hinders accountability and allows politicians to label questions raised by journalism as "attacks". The processes analyzed in this paper lead to the usurpation of the press in a democratic society, replacing their functions with others that appear to be journalistic but lack the rigor and propensity to reproduce government discourse. Similarly, disinformation is supported to the extent that it facilitates the circulation of unchecked and/or unverified information, thus increasing the vulnerability of journalism in Mexico.

**Key Words:** political communication, mediatization, journalism, populism, Mexico.

**Fr.** L'objectif de cet article de nature conceptuelle est d'établir un lien entre les approches de médiatisation, de désintermédiation et de fermeture sociale, afin de théoriser les stratégies de monopolisation de l'information développées par le populisme contemporain. En prenant pour référence empirique le gouvernement mexicain d'Andrés Manuel López Obrador, nous avançons que le populisme ne se limite pas à tenter d'exclure l'institution et la pratique du journalisme du processus de communication (désintermédiation), mais va plus loin, puisqu'il cherche à usurper leurs fonctions de définition de l'agenda, de vérification de l'information et de travail sur le terrain. Pour conceptualiser la relation entre les processus de médiatisation, de désintermédiation et d'usurpation, le corpus empirique comprend : (1) les conférences de presse de López Obrador, qui s'attachent à définir un agenda à la place du journalisme, (2) sa séance gouvernementale de vérification des informations, le « Qui est qui dans les mensonges de la semaine ? », qui sape la crédibilité de la presse et cherche à se substituer à la vérification journalistique des faits, et (3) le projet avorté de « Réseau de communicateurs du peuple », qui visait à remplacer le travail journalistique sur le terrain au moyen d'un réseau de journalistes citoyens partisans. Notre étude montre notamment que l'élimination de la médiation journalistique entrave la redevabilité et permet aux hommes politiques de qualifier d'« attaques » les questions posées par les journalistes. Les processus analysés ici entraînent une usurpation des fonctions qui reviennent à la presse dans une société démocratique, en les remplaçant par des pratiques prétendument journalistiques, malgré leur manque de rigueur et leur propension à reproduire le discours gouvernemental. De même, la désinformation est encouragée dans la mesure où l'on facilite la circulation d'informations qui n'ont pas été recoupées ou vérifiées, ce qui accroît la vulnérabilité de la pratique du journalisme au Mexique.

**Mots-clés :** communication politique, médiatisation, journalisme, populisme, Mexique.